



Rekonstruksi Kepercayaan Publik Melalui Integrasi Branding, Fasilitas, dan Legitimasi: *Systematic Literature Review*

Nabilah Khonsa ^{1*}, Rugaiyah ², Desi Rahmawati ³, Muh. Takdir ⁴, Linda Ika Mayasari ⁵, Aldo Redho Syam ⁶
 Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur, DKI Jakarta, Indonesia

^{1*}Email penulis koresponden: nabilah.khonsa@mhs.unj.ac.id

Riwayat Artikel

Submitted: 10-12-2025
 Accepted: 20-12-2025
 Published: 31-12-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyintesis bukti empiris terbaru mengenai hubungan antara strategi branding sekolah, kualitas serta manajemen fasilitas, dan pembentukan kepercayaan publik dalam konteks pendidikan. Metode penelitian yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), menelaah publikasi ilmiah terbitan tahun 2020–2025 yang diperoleh melalui *Publish or Perish* dari basis data *Scopus* dan *Google Scholar*. Tahap seleksi literatur dilakukan secara komprehensif dengan proses identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan analisis mendalam, sehingga diperoleh 35 artikel final yang relevan untuk dianalisis. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa branding yang kuat berkontribusi pada pembentukan persepsi positif, tetapi efektivitasnya meningkat signifikan ketika didukung oleh fasilitas yang memadai, lingkungan belajar yang aman, serta manajemen sarana yang profesional. Implikasi penelitian menegaskan perlunya kebijakan dan praktik manajerial yang menyelaraskan strategi komunikasi dengan investasi fasilitas guna memperkuat legitimasi dan kepercayaan jangka panjang dari orang tua, siswa, dan pemangku kepentingan lainnya.

Kata kunci: Branding, Fasilitas, Percaya, umum

Abstract

This study aims to synthesize the latest empirical evidence on the relationship between school branding strategies, facility quality and management, and the formation of public trust in the educational context. The research method used is a Systematic Literature Review (SLR) with the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) approach, examining scientific publications published between 2020 and 2025 obtained through Publish or Perish from the Scopus and Google Scholar databases. The literature selection stage was carried out comprehensively through identification, screening, eligibility, and in-depth analysis, resulting in 35 final articles relevant for analysis. The review results indicate that strong branding contributes to the formation of positive perceptions, but its effectiveness increases significantly when supported by adequate facilities, a safe learning environment, and professional facility management. The research implications emphasize the need for policies and managerial practices that align communication strategies with facility investments to strengthen legitimacy and long-term trust from parents, students, and other stakeholders.

Keywords: Branding; Facilities; Trust; Public

Prosiding Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta
 diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Pendidikan,
 Universitas Negeri Jakarta



PENDAHULUAN

Persaingan antar-lembaga pendidikan semakin intens: selain mutu akademik, orang tua dan komunitas menilai sekolah berdasarkan reputasi, pengalaman layanan, dan kondisi fisik yang terlihat semua faktor yang memengaruhi kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan. Kepercayaan publik berperan sebagai modal sosial yang menentukan keputusan pendaftaran, dukungan komunitas, serta legitimasi sekolah dalam jangka panjang. Studi-studi tinjauan recent menegaskan bahwa kepercayaan di ranah pendidikan bersifat multidimensi dipengaruhi oleh reputasi, transparansi, kualitas interaksi, dan bukti konkret dari kapabilitas institusi (Conradsen, S., Osnes, E. A., & Skirbekk, H., 2024).

Di lapangan, masalah konkret terlihat dua arah. Pertama, banyak penelitian dan praktik branding sekolah cenderung menekankan aspek komunikasi visual dan pemasaran digital (logo, slogan, media sosial) namun kurang mengintegrasikan pengalaman fisik sekolah (fasilitas) sebagai bukti janji merek; pendekatan demikian berisiko menciptakan *expectation-reality gap* yang melemahkan trust ketika fasilitas tidak sesuai citra yang dikomunikasikan. Beberapa kajian sistematis dan studi kualitatif di konteks pendidikan menyoroti dominasi fokus pada strategi branding saja tanpa mengaitkannya dengan dimensi sarana-prasarana yang nyata (Wulyatiningsih, T., 2023). Kedua, kualitas dan manajemen fasilitas, ruang kelas, laboratorium, sanitasi, sarana teknologi ternyata berpengaruh langsung terhadap proses pembelajaran dan persepsi stakeholder; penelitian-penelitian empiris menunjukkan fasilitas yang memadai meningkatkan motivasi dan persepsi kualitas sekolah di mata orang tua dan siswa. Namun bukti empiris yang menghubungkan manajemen fasilitas dengan persepsi merek (*brand perception*) dan *trust* publik masih terfragmentasi (Hardiana, N. D., et al., 2022).

Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan praktis dan teoretis. Praktisnya, kepala sekolah dan pembuat kebijakan memerlukan panduan berbasis bukti tentang bagaimana menyelaraskan investasi fasilitas dengan strategi branding agar upaya membangun reputasi berbuah trust yang tahan lama. Teoretisnya, literatur tentang trust dalam pendidikan menuntut model yang menangkap interaksi antara dimensi simbolik/komunikatif (branding) dan dimensi material/operasional (fasilitas) sebagai antecedents trust. Kajian scoping dan review terbaru menegaskan perlunya penelitian yang mengintegrasikan berbagai antecedent trust untuk menghasilkan model konseptual yang lebih komprehensif (Conradsen, S., Osnes, E. A., & Skirbekk, H., 2024).

Sebagai respons terhadap masalah tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi metodologis dan konseptual melalui *Systematic Literature Review* (SLR) yang secara eksplisit menyintesis temuan tentang: (a) strategi dan elemen *school branding* yang relevan, (b) peran kualitas serta manajemen fasilitas sekolah, dan (c) mekanisme bagaimana kedua elemen ini bersama-sama membentuk kepercayaan publik. Pendekatan SLR memungkinkan identifikasi pola bukti empiris, praktik efektif, serta celah penelitian (*research gaps*) secara sistematis dan dapat direplikasi sebuah kontribusi penting mengingat sebagian besar studi empiris terkait masih bersifat terpisah atau kontekstual (Wulyatiningsih, T., 2023).

Dari tinjauan awal literatur terkini ditemukan beberapa kesenjangan utama yang menjadikan penelitian ini orisinal. Pertama fragmentasi fokus penelitian. Banyak studi membahas branding sekolah (strategi komunikasi, digital marketing, identitas) atau manajemen fasilitas (infrastruktur, maintenance, learning environment) secara terpisah. Studi yang secara simultan mengkaji interaksi keduanya dalam kaitan langsung dengan public trust masih sedikit (Wulyatiningsih, T., 2023). Kedua persepsi stakeholder kurang terdokumentasi dalam sinergi brand-fasilitas. Bukti tentang bagaimana orang tua dan komunitas mengaitkan fasilitas fisik dengan klaim branding masih terbatas, khususnya dalam studi kuantitatif multi-lokasi (Hardiana, N. D., et al., 2022). Ketiga kurangnya model integratif berbasis bukti. Meskipun ada model trust yang komprehensif di pendidikan, sedikit yang memposisikan fasilitas sekolah sebagai variabel mediator/moderator antara strategi branding dan trust publik. Hal ini membuka peluang kontribusi teoretis berupa model integratif baru (Conradsen, S., Osnes, E. A., & Skirbekk, H., 2024).

Penelitian ini menawarkan tiga elemen kebaruan: (1) *holistic lens* yang menyatukan literatur branding dan fasilitas dalam kerangka *antecedents trust*; (2) penggunaan SLR yang difokuskan pada literatur lima tahun terakhir untuk menangkap praktik dan temuan empiris paling mutakhir; dan (3) output berupa peta bukti (*evidence map*) dan rekomendasi praktis yang menghubungkan taktik branding dengan praktik pengelolaan fasilitas sehingga dapat menjadi landasan bagi model konseptual baru dan pedoman implementasi untuk pengelola sekolah dan pembuat kebijakan.

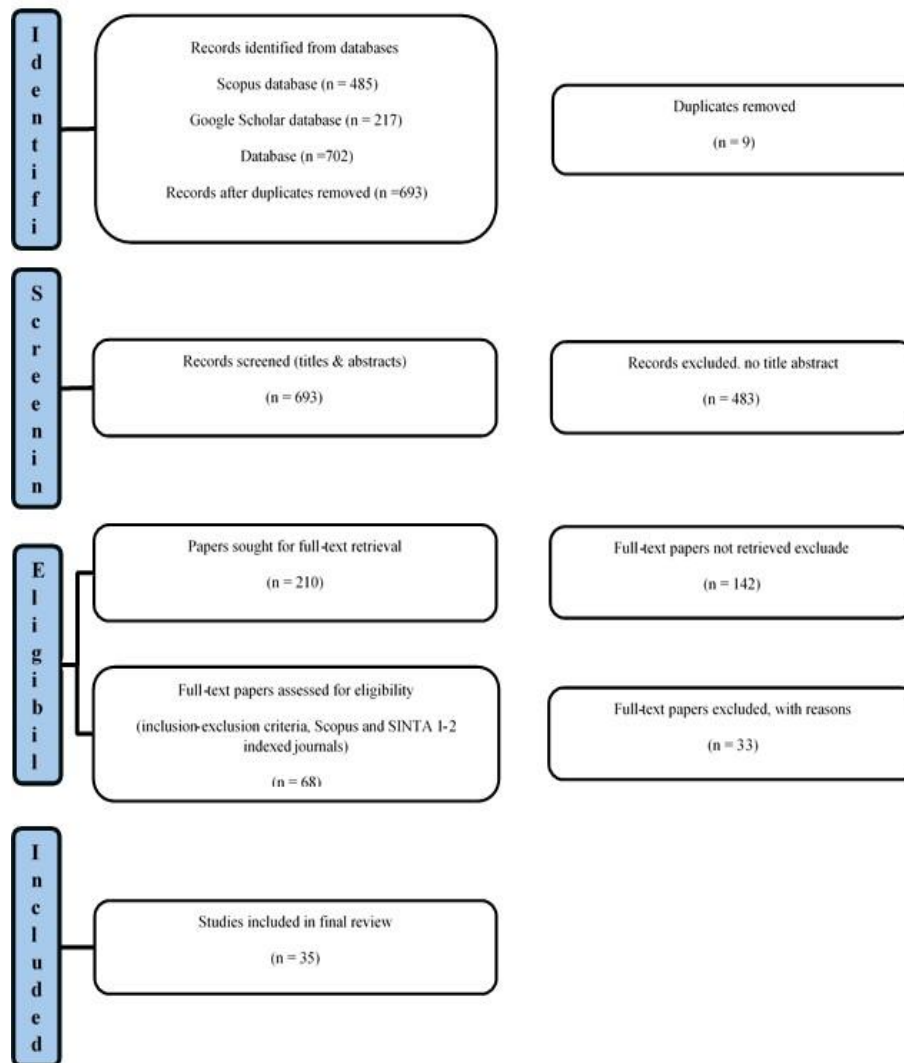
Berdasarkan gap dan tujuan di atas, penelitian SLR ini difokuskan oleh tiga pertanyaan penelitian berikut: (1) Bagaimana literatur terkini (2019–2025, dengan penekanan 2021–2025) menghubungkan strategi branding sekolah dengan pembentukan kepercayaan publik? (2) Apa peran kualitas dan manajemen fasilitas sekolah dalam memperkuat atau melemahkan kepercayaan publik? (3) Praktik, model, atau kombinasi strategi branding dan pengelolaan fasilitas apa yang paling efektif untuk membangun kepercayaan jangka panjang di antara orang tua, siswa, dan pemangku kepentingan lainnya?

Selain itu, tujuan umum dari penelitian ini yaitu untuk menghasilkan sintesis bukti yang jelas dan sistematis mengenai mekanisme, praktik, dan model yang menghubungkan branding sekolah dan manajemen fasilitas dengan pembentukan kepercayaan publik. Kontribusi ilmiahnya meliputi: (a) pengembangan peta bukti (*evidence map*) yang mengintegrasikan dua domain riset yang selama ini fragmentaris; (b) pengusulan model konseptual integratif yang menempatkan fasilitas sebagai mediator/moderator antara strategi branding dan trust; serta (c) rekomendasi berbasis bukti untuk praktik manajerial dan kebijakan pendidikan dengan demikian penelitian ini berupaya memperkaya literatur branding pendidikan dan teori trust, serta memberikan panduan operasional yang relevan bagi praktik sekolah di berbagai konteks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, menilai, dan mensintesis temuan ilmiah terkait strategi branding sekolah dalam meningkatkan kepercayaan publik. Pendekatan SLR dipilih karena mampu menyediakan bukti ilmiah yang komprehensif dan terstruktur berlandaskan hasil penelitian terdahulu. Proses telaah dilaksanakan mengikuti pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), sehingga kualitas pelaporan menjadi lebih transparan dan replikasi dapat dilakukan dengan lebih mudah. Sumber data penelitian berupa artikel ilmiah yang diperoleh melalui aplikasi *Publish or Perish* dengan akses ke database Scopus dan *Google Scholar*. Peneliti menetapkan batas waktu publikasi antara tahun 2020 sampai 2025 karena periode tersebut merepresentasikan dinamika terkini pendidikan vokasi pada era transformasi digital dan tuntutan globalisasi. Pencarian literatur dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci: “public trust” OR “trust in school” AND “school facilities” OR “school infrastructure” AND “education” OR “school management” AND “systematic literature review” OR “systematic review” OR “literature review”. Melalui proses identifikasi awal ditemukan sebanyak 485 artikel dari Scopus dan 217 artikel dari Google Scholar. Seluruh artikel tersebut kemudian diunggah ke aplikasi Mendeley untuk penelusuran metadata, pembaruan informasi, serta penghapusan duplikat, sehingga hanya 693 artikel yang dapat digunakan untuk tahap penyaringan lebih lanjut. Tahap penyaringan dilakukan melalui penelaahan judul dan abstrak berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Pada tahap ini sebanyak 483 artikel dieliminasi karena tidak sesuai dengan konteks strategi branding dan kepercayaan publik, sehingga tersisa 210 artikel yang dianggap memenuhi kriteria awal. Artikel yang tersisa kemudian masuk ke tahap eligibility dengan pemeriksaan aksesibilitas full-text, indeks jurnal, bahasa publikasi, kontribusi terhadap variabel penelitian, serta kesesuaian konteks strategi branding dan kepercayaan publik. Kriteria inklusi yang ditetapkan mencakup artikel dengan full-text tersedia, ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris, dipublikasikan di jurnal yang terindeks Scopus atau SINTA 1– 2, serta secara langsung berkontribusi pada topik strategi branding sekolah dan kepercayaan publik. Sebaliknya, artikel dikeluarkan apabila tidak menyediakan full-text, tidak terindeks secara kredibel, ditulis dalam

bahasa selain Indonesia atau Inggris, atau temuan penelitiannya tidak berhubungan dengan strategi branding sekolah dan kepercayaan publik. Setelah proses kelayakan dilakukan, hanya 68 artikel yang memenuhi seluruh kriteria. Namun pada tahap evaluasi substansi, terdapat 33 artikel yang tidak memiliki kedalaman metodologis maupun kontribusi yang memadai, sehingga dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian, sebanyak 35 artikel dipastikan layak untuk dilakukan analisis final. Tahapan seleksi literatur divisualisasikan menggunakan PRISMA Flow Diagram untuk memperjelas proses identifikasi, penyaringan, dan evaluasi kelayakan studi. Visualisasi lengkap disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. PRISMA Flow Diagram

Untuk memastikan hanya artikel yang relevan dan memenuhi standar kualitas yang dianalisis, penelitian ini menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi secara jelas pada tahap seleksi studi. Penetapan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa literatur yang dipilih benar-benar berkontribusi terhadap tujuan penelitian, memiliki kredibilitas publikasi, serta dapat memberikan data empiris yang memadai untuk proses sintesis. Adapun rincian kriteria inklusi dan eksklusi disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

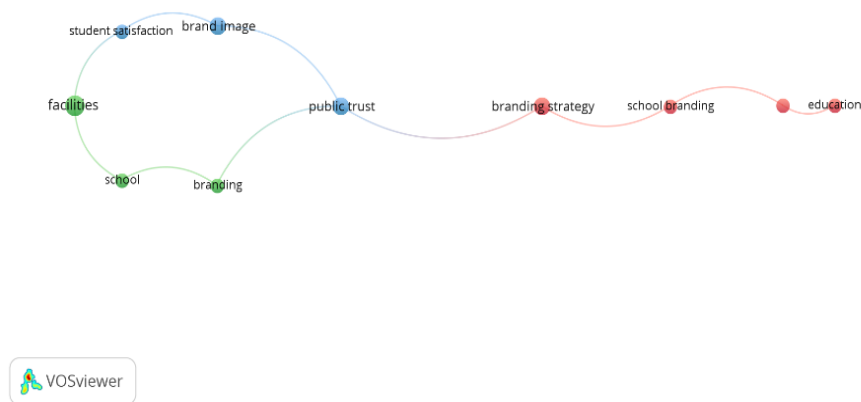
Kriteria	Inklusi	Eksklusi
Bahasa	Indonesia - Inggris	Non Indonesia Inggris

<i>Full Text</i>	Tersedia	Tidak tersedia
<i>Type</i>	Artikel Jurnal Terindeks, Prociding	Literatur tidak terpublikasi
<i>Relevance</i>	Literatur berkontribusi terhadap penelitian Membangun Kepercayaan Publik melalui Branding dan Fasilitas Sekolah	Literatur tidak berkontribusi terhadap penelitian Membangun Kepercayaan Publik melalui Branding dan Fasilitas Sekolah

Objek penelitian dalam SLR ini adalah strategi, model, kebijakan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi branding sekolah dalam meningkatkan kepercayaan publik sebagaimana dilaporkan dalam setiap artikel yang direviu. Data dari artikel diekstraksi melalui lembar analisis yang mencakup identitas artikel, tujuan, metodologi, temuan utama, serta rekomendasi. Analisis data dilakukan dengan teknik *thematic coding* untuk mengelompokkan temuan ke dalam tema-tema strategis terkait peningkatan kepercayaan publik. Selanjutnya, dilakukan sintesis naratif dan perbandingan antar literatur guna mengidentifikasi pola, kecenderungan riset, serta kesenjangan pengetahuan yang masih perlu ditindaklanjuti dalam kajian mendatang. Melalui pendekatan ini, SLR menghasilkan pemetaan ilmiah yang komprehensif mengenai strategi branding sekolah dalam meningkatkan kepercayaan publik berdasarkan bukti empiris dari 35 artikel terpublikasi bereputasi internasional dan nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis bibliometrik terhadap 35 artikel ilmiah divisualisasikan menggunakan perangkat lunak VOS Viewer sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Visualisasi tersebut menggambarkan hubungan antar kata kunci yang sering muncul dalam penelitian bertema strategi branding dan *public trust*.



Gambar 2. VOSViewer

Peta VOSViewer tersebut menunjukkan pola hubungan antar-kata kunci yang relevan dalam penelitian mengenai “Membangun Kepercayaan Publik melalui Branding dan Fasilitas Sekolah.” Visualisasi tersebut memperlihatkan tiga kluster utama yang saling terhubung dan membentuk alur tematik yang komprehensif. Kluster pertama (warna biru) memusatkan hubungan antara *brand image*, *student satisfaction*, dan *public trust*. Pola ini menunjukkan bahwa citra sekolah yang positif memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan siswa, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Dengan kata lain, persepsi masyarakat mengenai kualitas sekolah banyak ditentukan oleh bagaimana sekolah membangun dan mengelola citra mereknya secara konsisten.

Sementara itu, kluster kedua (warna hijau) menggambarkan keterkaitan antara *facilities*, *school*, dan *branding*. Kluster ini menegaskan bahwa fasilitas sekolah bukan hanya sebagai sarana

pendukung pembelajaran, tetapi juga merupakan elemen strategis dalam membentuk identitas dan daya tarik sekolah di mata masyarakat. Fasilitas yang memadai seperti ruang belajar yang nyaman, laboratorium yang lengkap, dan infrastruktur modern mendukung terciptanya pengalaman belajar yang positif, yang kemudian memperkuat upaya branding sekolah. Dari visualisasi terlihat bahwa fasilitas berkontribusi terhadap branding yang pada gilirannya berhubungan dengan peningkatan *brand image*.

Pada klaster ketiga (warna merah), muncul kata kunci seperti *branding strategy*, *school branding*, dan *education* yang menjelaskan bahwa strategi branding menjadi jembatan penting dalam menghubungkan layanan pendidikan dengan persepsi publik. Strategi branding yang terencana dan terarah memungkinkan sekolah membangun identitas yang kuat, berkesinambungan, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Hubungan *branding strategy* menuju *public trust* menunjukkan bahwa strategi branding yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan publik, terutama ketika selaras dengan kualitas layanan pendidikan yang diberikan.

Jika dilihat secara keseluruhan, peta ini menunjukkan alur tematik yang jelas, yaitu fasilitas sekolah yang baik mendukung penguatan branding, branding yang kuat menghasilkan *brand image* positif, dan pada akhirnya *brand image* tersebut membangun *public trust*. Dengan demikian, kepercayaan publik tidak muncul secara instan, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas fasilitas, pelaksanaan strategi branding yang tepat, dan pengalaman positif yang dirasakan siswa. Visualisasi ini menegaskan pentingnya pendekatan terpadu antara fasilitas sekolah dan branding dalam membangun reputasi dan kepercayaan jangka panjang dari masyarakat terhadap institusi pendidikan.

Hasil kajian literatur dari tahun 2019–2025 menunjukkan bahwa strategi branding sekolah memiliki hubungan yang kuat dan konsisten dengan pembentukan kepercayaan publik. Berbagai penelitian terbaru menegaskan bahwa branding sekolah tidak lagi dipahami sekadar promosi, tetapi menjadi instrumen strategis yang mempengaruhi bagaimana masyarakat menilai kredibilitas, reputasi, dan kualitas institusi pendidikan. Studi kualitatif oleh *Qualitative Study on Private School Branding* (2023) menunjukkan bahwa strategi branding yang dirancang secara sistematis meliputi konsistensi identitas visual, diferensiasi program unggulan, penguatan narasi keberhasilan siswa, dan penggunaan media sosial untuk membangun kedekatan emosional berperan signifikan dalam memperkuat *brand image*. *Brand image* inilah yang kemudian menjadi dasar terbentuknya *public trust*, sebagaimana dijelaskan Eriani (2025) bahwa persepsi publik terhadap kualitas sekolah memediasi hubungan antara aktivitas branding dan kepercayaan orang tua. Temuan serupa dijelaskan oleh Fernández-Gubieda (2025) bahwa reputasi institusi pendidikan sangat dipengaruhi oleh konsistensi komunikasi strategis dan bukti kinerja sekolah, di mana transparansi dan koherensi pesan terbukti menjadi faktor yang paling menentukan dalam pembentukan kepercayaan jangka panjang.

Selain strategi branding, kualitas dan manajemen fasilitas sekolah merupakan elemen penting yang diperhatikan publik dalam menilai kredibilitas institusi pendidikan. Berbagai penelitian menegaskan bahwa fasilitas sekolah berfungsi sebagai representasi fisik dari komitmen sekolah terhadap kualitas layanan pendidikan. Studi oleh Elfina (2022) menemukan bahwa ketersediaan fasilitas yang memadai seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium yang modern, perpustakaan yang dikelola dengan baik, serta sarana sanitasi dan keselamatan berkorelasi positif dengan kepuasan siswa dan orang tua, yang kemudian memengaruhi kepercayaan publik terhadap sekolah. Wicaksono (2023) menambahkan bahwa kualitas fasilitas tidak hanya bergantung pada kelengkapan, tetapi juga pada manajemen dan pemeliharaan yang konsisten. Jika fasilitas dikelola secara transparan, terencana, dan akuntabel, maka publik menilai sekolah memiliki tata kelola yang baik, dan hal ini memperkuat kepercayaan terhadap lembaga. Sebaliknya, fasilitas yang buruk atau tidak terawat dapat melemahkan kepercayaan publik meskipun sekolah memiliki strategi branding yang kuat, sebab publik cenderung menilai adanya ketidaksesuaian antara citra yang dibangun dan kondisi nyata di lapangan.

Kajian lebih lanjut memperlihatkan bahwa kepercayaan publik meningkat ketika strategi branding sekolah terintegrasi dengan manajemen fasilitas yang baik. Penelitian di banyak negara,

termasuk Indonesia, menunjukkan bahwa sekolah yang menggabungkan branding berbasis bukti (*evidence-based branding*) dengan tata kelola fasilitas yang standar dan partisipatif cenderung mampu membangun kepercayaan jangka panjang dari orang tua dan pemangku kepentingan lainnya. Sebagai contoh, Bolatimi (2025) menegaskan bahwa peningkatan fasilitas secara terukur dan terdokumentasi dapat memperkuat persepsi publik, terutama jika sekolah mengomunikasikan perkembangan tersebut melalui laporan terbuka, media sosial, atau pertemuan komunitas. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Eriani (2025), yang menunjukkan bahwa publik lebih percaya kepada sekolah yang menunjukkan bukti perbaikan nyata melalui narasi transparan. Selain itu, model pengelolaan fasilitas berbasis partisipasi misalnya melibatkan guru, orang tua, dan siswa dalam proses audit fasilitas telah terbukti meningkatkan rasa memiliki terhadap sekolah, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepercayaan publik (Wicaksono, 2023).

a. Literatur terkini terkait strategi branding sekolah dengan pembentukan kepercayaan publik

Literatur terkini menunjukkan bahwa strategi branding sekolah memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan publik, terutama setelah 2021 ketika kompetisi antarlembaga pendidikan semakin kuat. Branding sekolah dipahami bukan hanya sebagai identitas visual, tetapi rangkaian pengalaman, kualitas layanan, dan interaksi sosial yang membangun reputasi lembaga. Paccaud (2021) menegaskan bahwa hubungan antara sekolah dan keluarga memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan orang tua, yang kemudian menjadi bagian dari citra sekolah. Hubungan interpersonal ini menjadi elemen penting dalam strategi branding berbasis relasi. Selain itu, Seçer (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap pemimpin sekolah memperkuat komitmen dan loyalitas internal, yang secara tidak langsung memperkuat citra sekolah karena publik cenderung menilai kualitas organisasi dari stabilitas dan integritas kepemimpinannya.

Penelitian lain menegaskan bahwa konsistensi citra dan identitas sekolah juga penting dalam membangun kepercayaan publik. Xian (2025) menyatakan bahwa atribut visual dan konsistensi identitas sekolah berpengaruh terhadap persepsi masyarakat; semakin kuat citra visual yang dikelola sekolah, semakin tinggi pula pengakuan publik terhadap institusi tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep brand equity yang dijelaskan Bernarto et al. (2020), yang menemukan bahwa brand image dan brand trust berperan penting dalam menciptakan loyalitas terhadap sebuah brand, termasuk dalam konteks pendidikan. Dalam konteks pemasaran pendidikan, penelitian Irdiyanti et al. (2023) juga menegaskan bahwa branding sekolah yang efektif harus mencakup komunikasi nilai (*value communication*), layanan unggul, serta diferensiasi yang jelas agar mampu meningkatkan kepercayaan publik.

Selain itu, penggunaan media digital sebagai bagian dari strategi branding modern juga berdampak pada pembentukan kepercayaan publik. Seo et al. (2020) menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap electronic word-of-mouth dan kepercayaan masyarakat terhadap sebuah institusi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi branding berbasis digital telah menjadi bagian integral dari pembentukan trust di era pendidikan digital. Dengan demikian, secara keseluruhan literatur menunjukkan bahwa strategi branding efektif ketika mencakup aspek relasional, visual, digital, dan pelayanan, yang semuanya berkontribusi langsung terhadap pembentukan kepercayaan publik terhadap sekolah.

b. Peran kualitas dan manajemen fasilitas sekolah dalam memperkuat atau melemahkan kepercayaan publik

Literatur menunjukkan bahwa kualitas dan manajemen fasilitas sekolah memiliki peran besar dalam memperkuat atau bahkan melemahkan kepercayaan publik terhadap sekolah. Fasilitas fisik kelas, sanitasi, aksesibilitas, ruang belajar, hingga keamanan lingkungan terbukti memengaruhi bagaimana orang tua, siswa, dan masyarakat menilai kualitas sekolah. Pearson (2023) menemukan bahwa kondisi lingkungan kelas, termasuk akses visual terhadap alam, berpengaruh terhadap perilaku siswa dan kenyamanan belajar. Ketika fasilitas memberikan

pengalaman positif, orang tua cenderung memandang sekolah lebih profesional dan layak dipercaya.

Ketersediaan fasilitas juga harus disertai dengan manajemen yang baik. Poague (2022) mengungkapkan bahwa kondisi sanitasi yang buruk di sekolah-sekolah negara berkembang secara signifikan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan, terutama pascapandemi. Penelitian Mokgwathi (2023) di Afrika Selatan juga menunjukkan bahwa fasilitas yang tidak terpelihara dengan baik menimbulkan persepsi bahwa sekolah tidak kompeten, sehingga mengurangi kepercayaan publik. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak hanya ketersediaan fasilitas yang penting, tetapi juga bagaimana fasilitas dikelola secara berkelanjutan.

Fasilitas modern seperti teknologi digital dan ICT juga menjadi faktor penting pembentuk kepercayaan. Lomos (2023) menekankan bahwa implementasi ICT akan efektif hanya jika didukung infrastruktur yang memadai. Hal senada ditegaskan Iivari (2020), yang menyatakan bahwa kegagalan fasilitas digital dapat memperburuk persepsi publik karena dianggap sebagai ketidakmampuan sekolah beradaptasi dengan perubahan. Sementara penelitian Prescott (2022) menunjukkan bahwa fasilitas yang mendukung program nutrisi sekolah meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap kesehatan dan kesejahteraan anak di sekolah.

Tidak hanya terkait kelayakan fisik, fasilitas yang aman juga terbukti meningkatkan kepercayaan publik. Fernández (2023) menunjukkan bahwa intervensi infrastruktur mitigasi bencana meningkatkan rasa aman warga sekolah. Penelitian Wardhani (2024) di kawasan Gunung Merapi memperkuat temuan ini, menegaskan bahwa sekolah yang memiliki fasilitas keselamatan bencana yang baik memperoleh kepercayaan lebih tinggi dari orang tua. Dengan demikian, literatur menunjukkan bahwa kualitas fasilitas dan manajemennya memiliki kontribusi kuat terhadap persepsi dan kepercayaan publik, baik secara fisik, kesehatan, keamanan, maupun teknologi.

- c. Praktik, model, atau kombinasi strategi branding dan pengelolaan fasilitas yang paling efektif untuk membangun kepercayaan jangka panjang di antara orang tua, siswa, dan pemangku kepentingan lainnya

Literatur menunjukkan bahwa praktik paling efektif untuk membangun kepercayaan jangka panjang adalah kombinasi antara strategi branding yang kuat dan pengelolaan fasilitas yang profesional. Model branding berbasis pengalaman (*experiential branding*) terbukti sangat relevan dalam konteks pendidikan. Paccaud (2021) menunjukkan bahwa kolaborasi antara keluarga dan sekolah meningkatkan kepuasan dan memperkuat pengalaman positif orang tua, yang menjadi pondasi utama pembentukan trust jangka panjang. Hal ini dapat dipadukan dengan strategi komunikasi digital, sebagaimana ditemukan oleh Seo et al. (2020), untuk memperkuat pengaruh *word-of-mouth* publik.

Dari sisi fasilitas, penelitian Swaminathan (2020) dan Bartl (2022) menunjukkan bahwa pemerataan dan perbaikan fasilitas secara sistematis meningkatkan aksesibilitas, kualitas layanan, dan persepsi publik terhadap keadilan pendidikan. Kombinasi strategis antara branding dan fasilitas dapat dilakukan melalui model *value-based school branding*, di mana sekolah menunjukkan nilai-nilai profesionalisme melalui bukti fisik fasilitas dan kualitas layanannya. Irdiyanti et al. (2023) menegaskan bahwa branding sekolah yang berhasil dalam jangka panjang menuntut konsistensi layanan, fasilitas yang memadai, dan citra yang terjaga.

Integrasi fasilitas teknologi digital juga menjadi bagian penting dalam model branding modern. Penelitian Radianti (2020) dan Makransky (2021) menunjukkan bahwa penggunaan VR, AI, dan fasilitas digital lainnya memberi pengalaman belajar yang lebih menarik dan inovatif, sehingga meningkatkan citra sekolah sebagai institusi yang maju. Model pengembangan sekolah berbasis teknologi ini semakin diperkuat oleh kajian Nguyen (2023)

mengenai etika dan kepercayaan dalam penggunaan AI di pendidikan. Selain itu, beberapa studi menunjukkan bahwa model fasilitas aman bencana (Fernández, 2023; Wardhani, 2024) dan manajemen fasilitas berkelanjutan (Nhlapo, 2020) merupakan komponen penting dari kepercayaan jangka panjang. Keamanan fisik, manajemen lingkungan, serta keberlanjutan energi (Alshibani, 2020; Hameen, 2020) terintegrasi dalam persepsi publik tentang kredibilitas sekolah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi branding sekolah dan kualitas pengelolaan fasilitas merupakan dua elemen kunci yang saling melengkapi dalam membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan. Literatur terkini menunjukkan bahwa branding sekolah yang dirancang secara strategis melalui identitas institusional yang kuat, komunikasi transparan, reputasi akademik, serta konsistensi layanan berperan signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kredibilitas dan integritas sekolah. Namun, branding hanya efektif apabila sejalan dengan kualitas fasilitas fisik dan sistem pengelolaan sarana-prasarana yang memadai, karena fasilitas menjadi bukti nyata yang mengafirmasi janji merek (*brand promise*) sekolah. Selain itu, kombinasi strategi branding yang terintegrasi dengan pengelolaan fasilitas yang profesional terbukti menjadi pendekatan paling efektif dalam membangun kepercayaan jangka panjang dari orang tua, siswa, dan pemangku kepentingan lainnya. Integrasi ini tidak hanya memperkuat citra sekolah, tetapi juga meningkatkan pengalaman belajar, rasa aman, dan kepuasan masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa upaya membangun kepercayaan publik dalam pendidikan memerlukan sinergi antara komunikasi strategis dan infrastruktur yang berkualitas, sehingga sekolah dapat mempertahankan legitimasi, meningkatkan daya saing, serta memastikan keberlanjutan hubungan positif dengan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshibani, A. (2020). Prediction of the energy consumption of school buildings. *Applied Sciences Switzerland*, 10(17). <https://doi.org/10.3390/app10175885>
- Azzari, V., & Pelissari, A. (2021). Does brand awareness influences purchase intention? The mediation role of brand equity dimensions. In *BBR. Brazilian Business Review*. SciELO Brasil. <https://www.scielo.br/j/bbr/a/3FCsfVn3bx7xdZc6XJK89ZQ/>
- Bakar, M. Y. A., Baharun, H., & ... (2021). Build public trust through excellent service in school. *Al-Tanzim: Jurnal ...* <http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/2067/>
- Bartl, W. (2022). Governing Spatial Disparities in School Infrastructure by Numbers: Investments in Form, Tensions, New Compromises? *Education Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/educsci12030167>
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y., & ... (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal ...* <http://ecojoin.org/index.php/EJM/article/view/676>
- Bolatimi, O. S. (2025). Student satisfaction with university facilities and services. Springer.
- Cairney, P., & Wellstead, A. (2021). COVID-19: effective policymaking depends on trust in experts, politicians, and the public. *Policy Design and Practice*. <https://doi.org/10.1080/25741292.2020.1837466>
- Chan, C. K. Y. (2023). Students' voices on generative AI: perceptions, benefits, and challenges in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00411-8>
- Chen, L. (2020). Artificial Intelligence in Education: A Review. *IEEE Access*, 8, 75264–75278. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510>
- Chen, X. (2020). Application and theory gaps during the rise of Artificial Intelligence in Education. In *Computers and Education Artificial Intelligence* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2020.100002>

- Coman, C. (2020). Online teaching and learning in higher education during the coronavirus pandemic: Students' perspective. *Sustainability Switzerland*, 12(24), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su122410367>
- Conradson, S., Osnes, E. A., & Skirbekk, H. (2024). Studi tentang multidimensi kepercayaan publik dalam konteks pendidikan.
- Crompton, H. (2023). Artificial intelligence in higher education: the state of the field. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>
- Elfina, E. (2022). The importance of facilities and infrastructure management in schools. *Enrichment Journal*.
- Eriani, Y. (2025). Social media branding strategies that strengthen school image. *ACOpen Journal*.
- Falloon, G. (2020). From digital literacy to digital competence: the teacher digital competency (TDC) framework. *Educational Technology Research and Development*, 68(5), 2449–2472. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09767-4>
- Fernández, R. (2023). Towards disaster risk mitigation on large-scale school intervention programs. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2023.103655>
- Fernández-Gubieda, S. (2025). Reputation in higher education: A systematic review. Springer.
- Hameen, E. C. (2020). Protocol for post occupancy evaluation in schools to improve indoor environmental quality and energy efficiency. *Sustainability Switzerland*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/su12093712>
- Hardiana, N. D., et al. (2022). Pengaruh kualitas dan manajemen fasilitas terhadap persepsi stakeholder pendidikan.
- Hoelscher, D. M. (2022). Effects of Large-Scale Municipal Safe Routes to School Infrastructure on Student Active Travel and Physical Activity: Design, Methods, and Baseline Data of the Safe Travel Environment Evaluation in Texas Schools (STREETS) Natural Experiment. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031810>
- Hwang, G. J. (2020). Vision, challenges, roles and research issues of Artificial Intelligence in Education. In *Computers and Education Artificial Intelligence* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2020.100001>
- Iivari, N. (2020). Digital transformation of everyday life – How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care? *International Journal of Information Management*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102183>
- 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>
- Jiang, J. (2024). Spatial Distribution and Accessibility Analysis of Primary School Facilities in Mega Cities: A Case Study of Chengdu. *Sustainability Switzerland*, 16(2). <https://doi.org/10.3390/su16020723>
- König, J. (2020). Adapting to online teaching during COVID-19 school closure: teacher education and teacher competence effects among early career teachers in Germany. *European Journal of Teacher Education*, 43(4), 608–622. <https://doi.org/10.1080/02619768.2020.1809650>
- Kye, B. (2021). Educational applications of metaverse: Possibilities and limitations. In *Journal of Educational Evaluation for Health Professions* (Vol. 18). <https://doi.org/10.3352/jeehp.2021.18.32>
- Lomos, C. (2023). Implementing ICT in classroom practice: what else matters besides the ICT infrastructure? *Large Scale Assessments in Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40536-022-00144-6>

- Makransky, G. (2021). The Cognitive Affective Model of Immersive Learning (CAMIL): a Theoretical Research-Based Model of Learning in Immersive Virtual Reality. In *Educational Psychology Review* (Vol. 33, Issue 3, pp. 937–958). <https://doi.org/10.1007/s10648-020-09586-2>
- Martín, A. V. D. (2022). DEIFDC framework: Evaluation of digital education deployment in India in the midst of the Covid-19 pandemic. *Social Sciences and Humanities Open*, 6(1). <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100281>
- Mokgwathi, M. S. (2023). School infrastructure challenges in South Africa: Experiences of high school principals and teachers. *South African Journal of Education*, 43(4). <https://doi.org/10.15700/saje.v43n4a2303>
- Nasib, N., Azhmy, M. F., Nabella, S. D., & ... (2022). Survive Amidst the Competition of Private Universities by Maximizing Brand Image and Interest in Studying. *Al-Ishlah: Jurnal ...* <http://journal.staihubbulwathan.id/index.php/alishlah/article/view/2037>
- Nguyen, A. (2023). Ethical principles for artificial intelligence in education. *Education and Information Technologies*, 28(4), 4221–4241. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11316-w>
- Nhlapo, V. A. (2020). The leadership role of the principal in fostering sustainable maintenance of school facilities. *South African Journal of Education*, 40(2), 1–9. <https://doi.org/10.15700/saje.v40n2a1790>
- Paccaud, A. (2021). Satisfaction With the Collaboration Between Families and Schools – The Parent’s View. *Frontiers in Education*, 6. <https://doi.org/10.3389/educ.2021.646878>
- Pearson, A. L. (2023). Elementary Classroom Views of Nature Are Associated with Lower Child Externalizing Behavior Problems. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph20095653>
- Petre, A. A. (2025). The Urban–Rural Education Divide: A GIS-Based Assessment of the Spatial Accessibility of High Schools in Romania. *ISPRS International Journal of Geo Information*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/ijgi14050183>
- Pieh, C. (2020). The effect of age, gender, income, work, and physical activity on mental health during coronavirus disease (COVID-19) lockdown in Austria. *Journal of Psychosomatic Research*, 136. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2020.110186>
- Poague, K. I. H. M. (2022). Water, Sanitation and Hygiene in Schools in Low-and Middle-Income Countries: A Systematic Review and Implications for the COVID-19 Pandemic. In *International Journal of Environmental Research and Public Health* (Vol. 19, Issue 5). <https://doi.org/10.3390/ijerph19053124>
- Prescott, M. P. (2022). The Relationship between School Infrastructure and School Nutrition Program Participation and Policies in New York City. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15). <https://doi.org/10.3390/ijerph19159649>
- Qualitative Study on Private School Branding. (2023). Identifying barriers and strategies for school branding. (Conference Paper).
- Radianti, J. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education: Design elements, lessons learned, and research agenda. *Computers and Education*, 147. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103778>
- Rahman, M. M. (2023). ChatGPT for Education and Research: Opportunities, Threats, and Strategies. *Applied Sciences Switzerland*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/app13095783>
- Seçer, E. (2025). The mediating role of isolation and marginalization in the effect of trust in school principals on organizational commitment: physical education and sports teachers. *BMC Psychology*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03504-3>
- Seo, E. J., Park, J. W., & Choi, Y. J. (2020). The effect of social media usage characteristics on e-WOM, trust, and brand equity: Focusing on users of airline social media. In *Sustainability*. [mdpi.com. https://www.mdpi.com/2071-1050/12/4/1691](https://www.mdpi.com/2071-1050/12/4/1691)

- Swaminathan, A. (2020). The state of school infrastructure in the assembly constituencies of rural india: Analysis of 11 census indicators from pre-primary to higher education. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1). <https://doi.org/10.3390/ijerph17010296>
- Wardhani, P. I. (2024). Evaluation of disaster safe education unit programme implementation in Mt. Merapi using the pressure state response approach. *Jamba Journal of Disaster Risk Studies*, 16(1). <https://doi.org/10.4102/JAMBA.V16I1.1769>
- West, J. (2020). Overcrowded classrooms – The achilles heel of South African education? *South African Journal of Childhood Education*, 10(1). <https://doi.org/10.4102/sajce.v10i1.617>
- Wicaksono, L. (2023). Management of educational facilities and infrastructure to create effective schools. Atlantis Press.
- Wijaya, Y. A. (2021). Davies Bouldin Index Algorithm for Optimizing Clustering Case Studies Mapping School Facilities. *TEM Journal*, 10(3), 1099–1103. <https://doi.org/10.18421/TEM103-13>
- Williamson, B. (2020). Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency. In *Learning Media and Technology* (Vol. 45, Issue 2, pp. 107–114). <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1761641>
- Wulyatiningsih, T. (2023). Kajian sistematis tentang praktik branding sekolah dan keterbatasan integrasi dengan fasilitas pendidikan.
- Xian, Y. (2025). Thangka school image retrieval based on multi-attribute features. *Npj Heritage Science*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s40494-025-01762-3>
- Zaeh, S. E. (2021). Indoor air quality prior to and following school building renovation in a mid-atlantic school district. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(22). <https://doi.org/10.3390/ijerph182212149>

BIODATA PENULIS KORESPONDEN



Nabilah Khonsa Lahir di Jakarta, 25 November 2001, Mahasiswa Pascasarjana Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Jakarta , Phone : 081252651969 , Email : nabilah.khonsa@mhs.unj.ac.id