



MODEL SMART RELIGIOUS SCHOOL (SRS) DALAM PENGUATAN CITRA SMA NEGERI 2 SLEMAN SEBAGAI SEKOLAH RELIGIUS, HUMANIS, DAN INOVATIF

Marcelina Via Hanadya Safitri¹, Mohamad Joko Susilo²

^{1,2} Universitas Islam Indonesia, Indonesia

Email: marcelvia09@gmail.com, 209131301@uii.ac.id



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i1.1558>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 January 2026
Final Revised: 24 January 2026
Accepted: 10 February 2026
Published: 17 February 2026

Keywords:

School Branding
Digital
Religious
SMA Negeri 2 Sleman



ABSTRACT

This study aims to analyze the branding strategy of the Smart Religious School (SRS) Model in strengthening the image of SMA Negeri 2 Sleman as a religious, humanistic, and innovative school. This research employs a qualitative approach with a case study design to explore SMA Negeri 2 Sleman as a bounded system, allowing for an in-depth and context-rich understanding of the SRS Model as a school branding strategy. Data were collected through observation, documentation, and school digital media, which are considered sufficient to capture the conceptual implementation of the SRS Model. Data analysis was conducted using the interactive model by Miles and Huberman, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the SRS Model serves as an effective branding strategy by integrating multidimensional intelligence (technological, spiritual, social, and emotional), embedding religious values across the educational system, and promoting sustainable digital innovation. The implementation of the SRS Model through school policies, work programs, budgeting, religious digital learning, and continuous evaluation significantly strengthens SMA Negeri 2 Sleman's distinctive identity, differentiating it from other public schools.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding Model Sekolah Agama Cerdas (Smart Religious School/SRS) dalam memperkuat citra SMA Negeri 2 Sleman sebagai sekolah agama, humaniter, dan inovatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi SMA Negeri 2 Sleman sebagai sistem yang terikat, sehingga memungkinkan pemahaman yang mendalam dan kaya konteks tentang Model SRS sebagai strategi branding sekolah. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan media digital sekolah, yang dianggap cukup untuk menangkap implementasi konseptual Model SRS. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, termasuk reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model SRS berfungsi sebagai strategi branding yang efektif dengan mengintegrasikan kecerdasan multidimensi (teknologi, spiritual, sosial, dan emosional), menanamkan nilai-nilai agama di seluruh sistem pendidikan, dan mendorong inovasi digital yang berkelanjutan. Penerapan Model SRS melalui kebijakan sekolah, program kerja, penganggaran, pembelajaran digital keagamaan, dan evaluasi berkelanjutan secara signifikan memperkuat identitas khas SMA Negeri 2 Sleman, membedakannya dari sekolah negeri lainnya.

Kata kunci: Branding Sekolah, Digital, Religius, SMA Negeri 2 Sleman

PENDAHULUAN

Sekolah menengah atas kini dituntut tidak hanya menghasilkan capaian akademik, tetapi juga membentuk karakter, spiritualitas, dan kecakapan abad ke 21. Kurniawan mengatakan mengoptimalkan strategi *branding* sekolah contohnya pada sekolah Islam perkotaan sangat krusial untuk menarik siswa dan menjaga keberlanjutan institusi (Kurniawan dkk., 2024). Cahyanto pun mengatakan bahwa nilai-nilai inti yang diinisiasi sekolah yaitu, religiusitas, kerja keras, dan kejujuran (Cahyanto dkk., 2025). Dalam konteks ini, konsep pendidikan yang “beriman, berilmu, dan berinovasi” menjadi pilihan strategis bagi sekolah negeri yang ingin tampil berbeda. Branding sekolah tidak sekadar tentang identitas visual atau angka prestasi, melainkan bagaimana nilai-nilai mendasar seperti religiusitas dan humanisme hadir secara nyata dalam proses pembelajaran dan kehidupan sekolah.

SMA Negeri 2 Sleman sendiri telah berdiri sejak 5 Mei 1992, berstatus negeri di Kabupaten Sleman, DIY. Lebih dari itu, sekolah ini telah memperoleh akreditasi “A” dan aktif dalam program penghijauan melalui kegiatan perkemahan adiwiyata dan penanaman pohon (SMA Negeri 2 Sleman, 2025). Keunikan lainnya terletak pada penekanan kuat terhadap nilai religius. Seperti, kegiatan rutin membaca kitab suci dan asmaul husna setiap memulai pelajaran, sholat wajib berjamaah, pengajian ahad pagi, mujahadah setiap hari Jumat, infaq sedekah, ziarah, dan kegiatan rohani kristiani menjadi bagian dari budaya sekolah. Pengajian ahad pagi ini diadakan di Pondok Pesantren Al Aziz Nurul Huda II. Dengan demikian, SMA Negeri 2 Sleman menonjol sebagai sekolah yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga dalam pembentukan karakter religius dan kepedulian lingkungan.

Namun pada praktiknya masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kondisi yang ada. Meskipun kegiatan keagamaan dan lingkungan telah berjalan, integrasi metodologi pembelajaran digital dan nilai religius secara sistematis belum tampak secara maksimal. Sebagai contoh, dalam penelitian Faishol tentang pendidikan religius menunjukkan bahwa meskipun nilai spiritual diaplikasikan, masih banyak sekolah masih kesulitan menanamkan nilai-nilai spiritualitas ke dalam metode pengajaran yang inovatif dan platform digital (Faishol dkk., 2024). Dengan demikian, status unggul sebagai sekolah religius dan inovatif masih membutuhkan langkah strategis agar benar-benar membedakan SMA Negeri 2 Sleman dari sekolah negeri lainnya.

Urgensi penguatan branding SMA Negeri 2 Sleman menjadi sangat nyata di tengah dinamika pendidikan dan ketatnya kompetisi antar sekolah negeri. Meskipun berbagai studi telah membahas penguatan karakter religius dan strategi branding sekolah secara terpisah, masih terbatas kajian yang secara spesifik mengintegrasikan branding sekolah religius dengan inovasi digital dalam satu model konseptual yang utuh, khususnya pada konteks sekolah negeri. Konsep *Smart Religious School* (SRS) inilah yang diusung untuk menjawab kesenjangan tersebut. Model SRS ini menekankan adanya integrasi antara kecerdasan multidimensi (*smart*), internalisasi nilai-nilai religius (*religious*), dan inovasi kelembagaan berbasis digital (*school*). Melalui penguatan branding ini, SMA Negeri 2 Sleman diharapkan mampu menjadi pionir di antara sekolah negeri dalam memadukan *religious values* dengan *digital innovation* secara harmonis dan berkelanjutan.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi branding *Smart Religious School* dalam penguatan citra SMA Negeri 2 Sleman sebagai sekolah religius, humanis, dan inovatif. Oleh karena itu, upaya sistematis dalam memperkuat metode pembelajaran, digitalisasi keagamaan, dan pengembangan budaya sekolah menjadi suatu

keharusan untuk mencapai keunggulan yang lebih tinggi dan membedakan dirinya di kancah pendidikan nasional.

METODE PENELITIAN

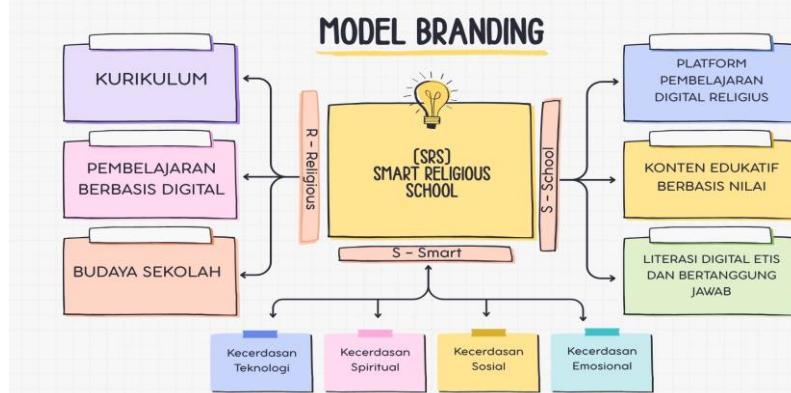
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis secara mendalam strategi branding model *Smart Religious School* (SRS) dalam penguatan citra SMA Negeri 2 Sleman sebagai sekolah religius, humanis, dan inovatif. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi SMA Negeri 2 Sleman sebagai *bounded system* (sistem terikat) melalui pengumpulan data yang mendalam dan kaya konteks dari berbagai sumber, sehingga fenomena strategi branding Model *Smart Religious School* dapat dipahami secara komprehensif dan kontekstual (Ridlo, 2023). Adapun pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan media digital sekolah. Pemilihan ketiga teknik ini dinilai memadai karena fokus penelitian terletak pada model konseptual SRS.

Teknik analisis data dilakukan secara interaktif dengan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Hardani, 2020). Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, makna, dan hubungan antara strategi branding, implementasi nilai religius, serta inovasi digital dalam kerangka model SRS. Dengan pendekatan studi kasus ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai praktik konkret model *Smart Religious School* (SRS) sebagai strategi branding sekolah negeri, sekaligus menawarkan model konseptual yang dapat direplikasi pada sekolah lain dengan karakteristik serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding Model SRS (*Smart Religious School*) sebagai Penguat Citra SMA N 2 Sleman

Branding sekolah dapat dipahami sebagai upaya strategis untuk memperkenalkan identitas sekolah melalui citra dan keunikan program unggulannya, sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk menjadikannya sebagai pilihan pendidikan yang terpercaya (Pratama dkk., 2025). Carnawi juga menjelaskan bahwa citra branding yang kuat bukan sekadar persoalan promosi, melainkan strategi komprehensif untuk memperkokoh identitas dan karakter lembaga pendidikannya (Hermawan & Carnawi, 2024). Dan Yekti pun mengatakan salah satu komponen penting dalam branding sekolah adalah pesan dan citra sekolah. Branding tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga mencakup pengembangan pesan dan narasi yang mampu menggambarkan keunggulan sekolah serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada seluruh stakeholder (Azizah & Budiyono, 2023). Dengan demikian dalam konteks pendidikan religius, branding bukan hanya identitas visual, tetapi refleksi nilai spiritual dan moral yang menjadi panduan dalam seluruh aspek pendidikan dan pengasuhan siswa.



Gambar 1. Model SRS (*Smart Religious School*)

SRS (*Smart Religious School*) merupakan model branding pengembangan sekolah yang menekankan integrasi antara kecerdasan multidimensi, nilai-nilai religius, dan inovasi digital yang berkelanjutan. Model ini dirancang untuk menjawab tantangan pendidikan di era digital tanpa melepaskan orientasi pembentukan karakter dan nilai kemanusiaan. Pada dimensi S - *Smart*, sekolah berfokus pada pengembangan kecerdasan multidimensi yang mencakup kecerdasan teknologi sekaligus kecerdasan spiritual, sosial, dan emosional. Kecerdasan teknologi diarahkan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan adaptif peserta didik terhadap perkembangan teknologi, sementara kecerdasan spiritual, sosial, dan emosional dikembangkan untuk membentuk pribadi yang beriman, berakhlak mulia, memiliki empati sosial, serta mampu mengelola emosi secara dewasa dan bertanggung jawab.

Dimensi R - Religious menegaskan komitmen sekolah dalam mengintegrasikan nilai-nilai religius ke dalam seluruh sistem pendidikan. Integrasi ini tidak hanya tercermin dalam kurikulum formal, tetapi juga dalam pembelajaran berbasis digital dan budaya sekolah sehari-hari. Dengan demikian, nilai religius tidak bersifat simbolik, melainkan menjadi ruh yang menjiwai proses pembelajaran, interaksi sosial, serta pengambilan keputusan di lingkungan sekolah. Sementara itu, dimensi S - School menekankan kemampuan sekolah untuk melakukan inovasi digital yang berkelanjutan. Inovasi ini diwujudkan melalui pemanfaatan platform pembelajaran digital religius, pengembangan konten edukatif berbasis nilai, serta penguatan literasi digital yang etis dan bertanggung jawab. Melalui pendekatan ini, sekolah tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga mampu memastikan bahwa transformasi digital tetap selaras dengan nilai religius dan prinsip kemanusiaan. Secara keseluruhan, Model SRS (*Smart Religious School*) merepresentasikan upaya strategis dalam membangun sekolah yang cerdas secara teknologi, kokoh secara spiritual, dan berkelanjutan dalam inovasi, guna mencetak generasi yang berilmu, berkarakter, dan berdaya saing di era digital.

Yusuf menjelaskan bahwa tujuan utama dari rebranding adalah menarik perhatian calon siswa dan orang tua, sekaligus meningkatkan daya saing sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berkarakter (Yusuf, 2023). Pada SMA Negeri 2 Sleman sendiri, branding *Smart Religious School* menonjolkan bahwa kecerdasan siswa tidak hanya diukur dari aspek akademik, tetapi juga dari kemampuan berpikir kritis, empatik, dan religius yang melekat dalam diri. Kata *smart* disini menggambarkan integrasi digitalisasi & inovasi. Sedangkan, religius menegaskan keunggulan nilai-nilai keagamaan. Konsep ini mengedepankan kedua elemen tersebut secara berimbang sehingga menghasilkan lulusan yang tidak hanya pintar secara kognitif, tetapi juga matang secara etika dan sosial yaitu sebuah pendekatan humanis

yang menumbuhkan rasa empati dan etika dalam interaksi sosial.

Religiusitas sebagai inti branding SMA Negeri 2 Sleman dipahami bukan sebagai simbol formalitas namun sebagai sumber nilai yang menuntun etika berpikir dan berperilaku. Pada hakikatnya, pendidikan merupakan proses pembudayaan yang bertujuan membentuk manusia seutuhnya individu yang mampu berpikir kritis, bertindak bijaksana, serta berperilaku selaras dengan nilai-nilai kebaikan (Jalilah, 2025). Dengan demikian, nilai-nilai religius diintegrasikan dalam pola pikir kritis, pengambilan keputusan, dan sikap moral siswa secara menyeluruh. Sari juga menjelaskan bahwa pendekatan ini sejalan dengan kurikulum yang memadukan dimensi etika dan spiritualitas mampu melahirkan siswa yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki jiwa kepemimpinan serta tanggung jawab sosial yang tinggi.(Sari dkk., 2024).

Selain itu, branding yang kental dengan nilai religius berfungsi juga sebagai pembeda bagi SMA Negeri 2 Sleman dari sekolah lain. Dengan menampilkan identitas religius yang terinternalisasi dalam seluruh aktivitas, sekolah ini meneguhkan peranannya tidak hanya sebagai institusi akademik tapi juga sebagai lembaga pembentukan karakter yang mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan dan religiusitas secara harmonis. Sebagaimana dikemukakan oleh Azizah dan Halwati, sekolah perlu menampilkan identitas, visi, dan misinya secara autentik serta menemukan keunggulan khas yang membedakannya dari sekolah lain. Hal ini penting karena salah satu tujuan utama dari branding adalah meningkatkan kesadaran (awareness) masyarakat terhadap keberadaan dan karakter unik sekolah tersebut (Azizah & Halwati, 2023).

Dalam praktiknya, penerapan branding *Smart Religious School* di SMA Negeri 2 Sleman semakin diperkuat melalui kegiatan-kegiatan keagamaan yang berkelanjutan seperti shalat wajib berjamaah, mujahadah setiap hari Jumat, pengajian, ziarahz sedekah dan pembinaan akhlak melalui pondok pesantren. Melalui kegiatan tersebut, nilai-nilai spiritual tidak hanya diajarkan secara teoritis, tetapi juga dipraktikkan dan dihayati oleh siswa dalam konteks kehidupan nyata. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak hanya meningkatkan keimanan siswa, tetapi sekaligus mengokohkan nilai-nilai humanis seperti toleransi, penghormatan, dan solidaritas sosial yang sangat relevan di masyarakat multikultural.

Dengan posisi branding sebagai *Smart Religious School*, SMA Negeri 2 Sleman berhasil membangun paradigma pendidikan yang holistik, menyeimbangkan antara kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual secara simultan. Pendekatan ini menjadikan sekolah bukan sekadar tempat transfer pengetahuan, tetapi juga ruang pembentukan karakter dan peradaban. Hasil dari proses ini adalah lahirnya lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kesadaran sosial dan kemampuan hidup harmonis di tengah kompleksitas masyarakat modern. Model ini menjadi inspirasi bagi pengembangan branding sekolah di Indonesia yang memadukan visi spiritualitas, kemanusiaan, dan kemajuan intelektual dalam satu kesatuan yang utuh dan dinamis.

Indikator Proses sebagai Kekuatan Utama Branding Model SRS (*Smart Religious School*)

Di antara berbagai indikator sekolah berkualitas mulai dari input hingga outcome indikator proses memiliki peran paling kuat dalam mewujudkan *Smart Religious School*. Indikator proses menjadi kekuatan utama dalam branding *Smart Religious School* karena inovasi metode dan teknologi digital adalah jantung dari konsep ini. Kata *smart* tidak cukup diartikan sebagai kepintaran akademik semata, melainkan kemampuan sekolah untuk berinovasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang memperkuat nilai religius dan kemanusiaan. Transformasi digital dalam kegiatan keagamaan memungkinkan SMA Negeri

2 Sleman membedakan diri dari sekolah menengah atas negeri lain. Amelia dan Mufid juga menegaskan bahwa transformasi digital memberikan dampak yang sangat besar terhadap sistem pendidikan. Pemanfaatan teknologi digital, seperti e-learning dan sistem administrasi berbasis digital, telah berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta kemudahan akses terhadap layanan pendidikan (Amelia & Mufid, 2025).

Proses inovatif berbasis teknologi digital berperan sebagai penghubung utama antara input (sumber daya manusia dan sarana) dan output (hasil pembelajaran dan karakter). Guru profesional dan sarana digital hanya bermakna jika diolah dengan metode pembelajaran dan aktivitas keagamaan yang interaktif, kreatif, dan digital. Seperti halnya yang dikatakan Zamzani jika kompetensi guru mini dalam penggunaan teknologi akan menjadi tantangan terhadap penerapannya (Zamzani dkk., 2025). Dengan demikian, digitalisasi tidak sekadar alat bantu, melainkan elemen kunci yang menjembatani dan memaksimalkan potensi sumber daya sekolah. Hal ini akan memperkaya pengalaman belajar dan memperkuat partisipasi aktif siswa dalam nilai spiritual dan sosial yang diajarkan.

Pemanfaatan teknologi digital juga meningkatkan daya tarik dan reputasi SMA Negeri 2 Sleman sebagai sekolah yang modern dan religius. Penggunaan aplikasi digital menjadikan sekolah ini unik di antara sekolah negeri lain sekaligus model rujukan dalam pengembangan pendidikan berbasis teknologi dan religiusitas. Reputasi ini mendorong sekolah sebagai pelopor inovasi yang tetap memegang teguh nilai karakter dan spiritualitas, sesuai tuntutan zaman di era digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyani yang menunjukkan hasilnya bahwa sekolah mengalami peningkatan kesadaran dan citra positif di masyarakat, peningkatan jumlah pendaftar, serta penguatan loyalitas di lingkungan sekolah dengan menerapkan strategi pemasaran menggunakan digital (Mulyani dkk., 2025).

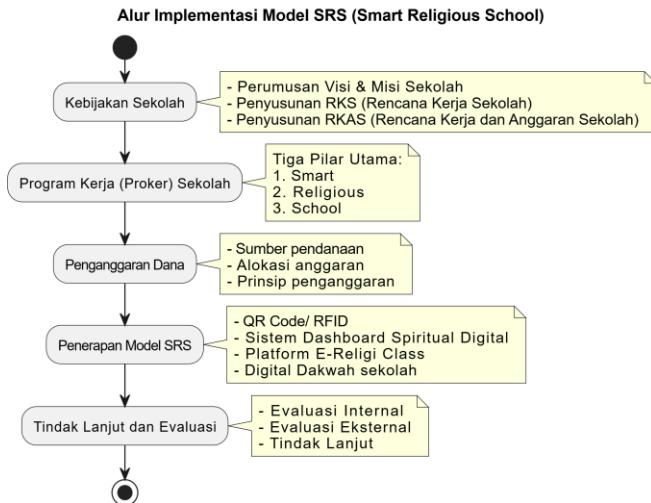
Inovasi digital dalam proses pembelajaran dan aktivitas keagamaan mendukung pembentukan karakter humanis dan kolaboratif (Ningrum dkk., 2025). Liana mengatakan teknologi memungkinkan pembelajaran menjadi lebih terbuka, partisipatif, dan menyenangkan, sehingga siswa tidak lagi menjadi objek pasif, tetapi subjek aktif dalam menghayati nilai-nilai spiritual dan sosial, sesuai dengan semangat religius humanis (Liana, 2024). Dengan demikian, pendekatan ini mengajak siswa berinteraksi dan berkolaborasi dalam konteks pembelajaran yang humanis dan inklusif. Hal ini sejalan dengan branding *Smart Religious School* bagi SMA 2 Sleman.

Selain itu, indikator proses ini sangat selaras dengan tantangan pendidikan abad 21 yang menuntut integrasi literasi digital, karakter spiritual, dan kecakapan sosial secara komprehensif (Pare & Sihotang, 2023). Rohman juga menjelaskan bahwa digitalisasi pembelajaran berbasis nilai religius tidak hanya menyediakan akses belajar fleksibel, tetapi juga membekali siswa dengan kompetensi penting untuk menghadapi kompleksitas sosial dan teknologi masa kini (Rohman dkk., 2024). Hal ini menjadikan indikator proses sebagai kekuatan utama branding *Smart Religious School* yang mengintegrasikan teknologi, nilai spiritual, dan pengembangan karakter secara holistik.

Dengan demikian, indikator proses yang mencakup transformasi digital inovatif dalam kegiatan keagamaan adalah kunci keberhasilan branding SMA Negeri 2 Sleman. Inovasi teknologi digital tidak hanya memfasilitasi efektivitas pendidikan, tetapi juga memperkuat nilai humanis dan religius dalam pembentukan karakter siswa, menjadikan sekolah ini sebagai model pendidikan religius modern yang adaptif dan progresif di era digital. Oleh karena itu, penggunaan metode inovatif dan teknologi digital adalah indikator paling kuat dalam mendukung branding *Smart Religious School*, karena menjadi pusat

integrasi antara religiusitas, humanitas, dan inovasi sebagai tiga pilar utama keunggulan SMA Negeri 2 Sleman.

Implementasi Model SRS (*Smart Religious School*) sebagai Sekolah Religius, Humanis, dan Inovatif



Gambar 2. Implementasi Model SRS (*Smart Religious School*)

Kebijakan sekolah merupakan landasan normatif dan strategis dalam penerapan Model SRS. Sehingga kebijakan penerapan Model SRS wajib dituangkan secara formal dalam dokumen resmi sekolah, yaitu pada visi dan misi sekolah, Rencana Kerja Sekolah (RKS), serta Rencana Kerja dan Anggaran Sekolah (RKAS). Sejalan dengan itu, implementasi Model SRS tidak berhenti pada tataran kebijakan, tetapi juga harus diterjemahkan secara operasional dalam program kerja sekolah, termasuk program branding sekolah sebagai *Smart Religious School*. Program kerja tersebut disusun secara sistematis dan terstruktur dengan berlandaskan tiga pilar utama SRS, yaitu *Smart* (pengembangan kecerdasan multidimensi), *Religious* (integrasi nilai-nilai religius dalam seluruh sistem pendidikan), dan *School* (penguatan inovasi dan tata kelola sekolah berbasis digital). Dengan keterpaduan antara kebijakan dan program kerja ini, Model SRS dapat diimplementasikan secara utuh, konsisten, dan berkelanjutan sebagai identitas sekaligus keunggulan sekolah.

Sebagai tindak lanjut dari perumusan kebijakan dan penyusunan program kerja sekolah berbasis Model SRS (*Smart Religious School*), aspek penganggaran dana harus disusun secara realistik, terencana, dan terintegrasi, agar seluruh program yang dirancang dapat dilaksanakan secara efektif dan berkelanjutan. Dari sisi sumber pendanaan, sekolah dapat mengoptimalkan berbagai sumber yang sah dan akuntabel yaitu dana BOS dan BOP menjadi sumber utama. Selain itu, dukungan komite sekolah dan menjalin kerja sama dengan mitra eksternal. Adapun alokasi anggaran disusun berdasarkan skala prioritas program SRS. pengembangan dan pemeliharaan aplikasi sistem, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, produksi konten digital religius, dan pengadaan infrastruktur teknologi pendukung. Dalam pelaksanaannya, penganggaran dana harus berpegang pada prinsip transparansi dan akuntabilitas, berorientasi pada dampak, dan efisien serta berkelanjutan.

Sejalan dengan arah kebijakan, program kerja, dan dukungan penganggaran yang telah disusun dalam implementasi model SRS (*Smart Religious School*), sekolah perlu menerjemahkannya ke dalam langkah eksekusi nyata melalui inovasi digital dalam pembelajaran religius. Pada tahap inilah pengimplementasian berbagai platform dan media

pembelajaran berbasis teknologi merupakan tonggak penting untuk memperkuat branding *Smart Religious School* di SMA Negeri 2 Sleman secara menyeluruh dan berkelanjutan. Pengembangan sistem digitalisasi pendidikan religius, seperti kartu digital scanner berbasis QR atau RFID yang terintegrasi dengan aplikasi *Smart School Management System*, memungkinkan sekolah untuk merekam kehadiran sekaligus aktivitas religius siswa secara real time, seperti partisipasi dalam shalat berjamaah, sedekah digital, muhasabah harian dan kegiatan sosial. Sistem ini tidak hanya memudahkan monitoring namun juga membentuk budaya disiplin dan kesadaran spiritual siswa yang terintegrasi dan terukur dalam pendidikan (Supriadi dkk., 2025).

Pengembangan sistem digitalisasi pendidikan religius tersebut menjadi bagian integral dalam mendukung nilai religius yang diinternalisasi siswa secara kontinyu dalam kehidupan sehari-hari. Sistem dashboard spiritual digital yang memungkinkan monitoring aktivitas dan karakter siswa secara real time memiliki dampak positif yang signifikan, karena digitalisasi tersebut mampu mempercepat layanan pendidikan, meningkatkan akurasi data, serta memperkuat proses pengambilan keputusan berbasis data dalam pembinaan karakter religius siswa (Ramdani dkk., 2025). Pendekatan ini tidak hanya menjawab tantangan pendidikan abad 21, melainkan juga mengintegrasikan dimensi spiritual, sosial, dan teknologi dalam harmoni yang seimbang (Handayani, 2025). Dengan demikian, pengembangan sistem digitalisasi pendidikan religius ini menegaskan bahwa spiritualitas dan teknologi dapat berpadu secara sinergis.

Selain itu, perlunya pengembangan platform E-Religi Class yang menyediakan materi keagamaan interaktif, ruang refleksi spiritual, dan diskusi daring dengan guru. Hal ini dapat membuka dimensi baru dalam pembelajaran religius yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi muda masa kini yang digital native. Dengan metode blended learning ini, siswa menjadi lebih aktif dan kreatif dalam mengekspresikan nilai-nilai religiusnya, sehingga pembelajaran agama tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu konvensional (Fatimah dkk., 2022). Abas dan Supi'ah menegaskan bahwa integrasi teknologi yang memfasilitasi interaktivitas dan keterlibatan siswa secara aktif secara signifikan meningkatkan efektivitas pendidikan karakter dan spiritual (Abas & Supi'ah, 2025).

Sejalan dengan itu, inovasi kelas tematik berbasis proyek sosial digital seperti "Digital Dakwah" dan "Podcast Religius Humanis" menjadi ruang kosmik bagi siswa. Sakdiyah menjelaskan bahwa hal tersebut berguna untuk mengembangkan kreativitas dan kemampuan berpikir kritis sambil mengekspresikan nilai-nilai keagamaan secara kontekstual dan aktual, sesuai perkembangan teknologi komunikasi (Sakdiyah dkk., 2025). Mulyadi menjelaskan bahwa melalui pendekatan ini, nilai-nilai Islam tidak hanya diajarkan, tetapi juga dihidupkan dalam konteks kehidupan modern yang sarat teknologi, menjadikan pendidikan agama lebih bermakna dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Mulyadi, 2024).

Inovasi digital dalam pembelajaran juga mendongkrak citra dan reputasi SMA Negeri 2 Sleman sebagai institusi pendidikan religius modern yang responsif terhadap tuntutan zaman tanpa melepas akar spiritual dan nilai kemanusiaan. Hasmiza juga menjelaskan bahwa teknologi digital kini tidak hanya merevolusi pola komunikasi dan cara kerja manusia, tetapi juga menghadirkan peluang luas untuk meningkatkan mutu pembelajaran di berbagai tingkat pendidikan salah satunya sekolah menengah atas (Hasmiza, 2025). Secara keseluruhan, langkah-langkah inovasi digital yang diterapkan menunjukkan urgensi transformasi pendidikan yang bersifat holistik, dengan menyeimbangkan teknologi cerdas, penguan sumber daya manusia, serta pembelajaran yang humanis, interaktif, dan berakar

pada nilai-nilai religius. Melalui pendekatan ini, SMA Negeri 2 Sleman nantinya dapat tampil berbeda dan memiliki identitas khas. Dengan demikian, branding *Smart Religious School* bukan sekadar identitas simbolik, tetapi menjadi representasi nyata dari upaya sekolah dalam mencetak generasi muda yang religius, berpikir kritis, dan adaptif terhadap dinamika sosial serta kemajuan teknologi di era digital.

Sebagai tahap akhir dari rangkaian implementasi model SRS (*Smart Religious School*), evaluasi dilakukan secara berkelanjutan dan terpadu untuk memastikan efektivitas program sekaligus menjamin keberlanjutannya. Evaluasi dilaksanakan melalui mekanisme internal dan eksternal, dimulai dengan monitoring rutin oleh tim pengembang SRS sekolah, analisis data yang dihasilkan dari dashboard digital serta laporan program, dan refleksi berkala bersama guru dan tenaga kependidikan. Evaluasi eksternal dilakukan dengan melibatkan komite sekolah dan orang tua, disertai pengumpulan umpan balik dari peserta didik serta audit program oleh pengawas sekolah atau mitra akademik. Seluruh hasil evaluasi tersebut kemudian ditindaklanjuti melalui penyempurnaan kebijakan dan program kerja, pengembangan fitur digital baru sesuai kebutuhan, serta replikasi praktik baik ke dalam program sekolah lainnya, sehingga Model SRS dapat terus berkembang secara adaptif, konsisten, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa model *Smart Religious School* (SRS) merupakan strategi branding yang efektif dalam memperkuat citra SMA Negeri 2 Sleman sebagai sekolah religius, humanis, dan inovatif. Temuan utama penelitian ini mengungkap bahwa kekuatan branding sekolah tidak semata terletak pada identitas visual atau prestasi akademik, melainkan pada indikator proses, khususnya integrasi inovasi digital dengan pembelajaran religius dan pembinaan karakter. Melalui kebijakan sekolah yang terlembagakan, program kerja berbasis tiga pilar SRS, penganggaran yang terencana, serta pemanfaatan teknologi digital religius, SMA Negeri 2 Sleman mampu membangun identitas khas yang membedakannya dari sekolah negeri lain. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan metode studi kepustakaan tanpa data lapangan empiris, sehingga hasil penelitian masih bersifat konseptual. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan studi kasus, observasi lapangan, dan partisipasi berbagai pemangku kepentingan agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif serta rekomendasi kebijakan yang lebih aplikatif dalam pengembangan sekolah religius berbasis digital.

REFERENSI

- Abas, S. Z. B., & Supi'ah. (2025). Integrasi Teknologi Digital Dalam Pengembangan Sumber Belajar Pai Yang Kontekstual Dan Relevan. *Jurnal Penelitian Dan Pendidikan Agama Islam*, 2(2).
- Amelia, S. I. M., & Mufid, A. I. (2025). Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital Dalam Pengembangan Pendidikan Madrasah Dan Pesantren. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (Edium)*, 3(1).
- Azizah, Y., & Budiyono, A. (2023). *Implementasi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Sekolah Dasar*. 7.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah*, 6(2).
- Cahyanto, B., Wibowo, A. M., Arifuddin, A., Dewi, D. K., Salamah, E. R., & Don, A. G. (2025).

- Innovation Of Brand Building And Character Development In Islamic School: A Transformation Based On School Core Values. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(3), 465–481. <Https://Doi.Org/10.31538/Munaddhomah.V6i3.1784>
- Faishol, M., Wasino, W., Fakhruddin, F., & Asrori, A. (2024). Design Of Innovation For Islamic Religious Education Curriculum Based On Antibullying Values. *International Conference On Science, Education And Technology*, 28–32.
- Fatimah, S., Eliyanto, E., & Huda, A. N. (2022). Internalisasi Nilai-Nilai Religius Melalui Blended Learning. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 3(2), 169. <Https://Doi.Org/10.30595/Ajsi.V3i2.14569>
- Handayani, S. (2025). Konsep Integrasi Pendidikan Islam Dan Literasi Sains Sebagai Jawaban Krisis Nilai Abad 21. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 22(2), 313–322. [Https://Doi.Org/10.25299/Ajaip.2025.Vol22\(2\).23558](Https://Doi.Org/10.25299/Ajaip.2025.Vol22(2).23558)
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Cv. Pustaka Ilmu Group.
- Hasmiza, H. (2025). Model Kurikulum Pendidikan Islam Di Era Digital: Mengoptimalkan Teknologi Untuk Pembelajaran Yang Inovatif. *Research And Development Journal Of Education*, 11(1), 164. <Https://Doi.Org/10.30998/Rdje.V11i1.28068>
- 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>
- Jalilah, R. (2025). Fostering Noble Character In Students Through The Integration Of Moral Values In The Learning Process. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(7).
- Kurniawan, H., Arifin, S., & Mulyono, M. (2024). Implementation Of Total Quality Management (Tqm): Optimizing School Branding Strategy In Urban Islamic Schools. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 16(4), 5127–5139. <Https://Doi.Org/10.35445/Alishlah.V16i4.6182>
- Liana, N. (2024). Pendekatan Humanisme Dan Konstruktivisme Untuk Penguatan Karakter Islami Di Era Digital. *Al-Dirosah: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2). <Https://Doi.Org/10.30605/Jsgp.7.2.2024.4272>
- Mulyadi, V. I. (2024). Transformasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Pembelajaran Pesantren. *Journal Of Islamic Education And Learning*, 4(2), 45–57. <Https://Doi.Org/10.63761/Jiel.V4i2.125>
- Mulyani, S., Idi, A., Pratama, I. P., & Yuniar, Y. (2025). Transformasi Branding Sekolah Melalui Digital Marketing: Studi Di Sma Negeri 3 Prabumulih. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 2079–2093. <Https://Doi.Org/10.55681/Jige.V6i3.3911>
- Ningrum, A. D., Dzikri, N. Z., & Gusmaneli. (2025). Memahami Karakteristik Peserta Didik Di Era Media Sosial: Implikasi Bagi Desain Pembelajaran Pai Yang Humanis Dan Relevan. *Journal Educational Research And Development*, 02(02).
- Pare, A., & Sihotang, H. (2023). Pendidikan Holistik Untuk Mengembangkan Keterampilan Abad 21 Dalam Menghadapi Tantangan Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27778–27787.
- Pratama, F. N., Nugroho, P., Zakaria, A. R., Rohmatulloh, N. D., & Muna, L. R. (2025). Strategi Manajemen Branding Sekolah Berbasis Pesantren: Pendekatan Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pendidikan. *Dirasah*, 8(1), 263–276.
- Ramdani, E. S., Musyafa, K., Nurshobahi, H., & Bariyah, K. (2025). *Kebijakan Inovasi Dalam Pengelolaan Pendidikan Agama Islam* (1 Ed.). Pt Arr Rad Pratama.
- Ridlo, D. U. (2023). Metode Penelitian Studi Kasus: Teori Dan Praktik. *Publica Indonesia Utama*.

- Rohman, T., Ilyasin, M., & Muadin, A. (2024). Kontribusi Islam Terhadap Perkembangan Pendidikan Islam Dalam Era Industri 4.0. *Journal Of Instructional And Development Researches*, 4(6), 486–498. <Https://Doi.Org/10.53621/Jider.V4i6.406>
- Sakdiyah, Widna, & Gusmaneli. (2025). Integrasi Penggunaan Teknologi Dalam Strategi Pembelajaran Pai Untuk Membentuk Kompetensi 4c Peserta Didik Era Digital. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2).
- Sari, I. N. B., Pahrudin, A., Jatmiko, A., & Koderi, K. (2024). Desain Kurikulum Pai Berbasis Karakter: Integrasi Pengetahuan, Etika, Dan Spiritualitas. *Journal Of Education Research*, 5(4), 6597–6604. <Https://Doi.Org/10.37985/Jer.V5i4.1962>
- Sma Negeri 2 Sleman. (2025). <Https://Www.Sman2sleman.Sch.Id/>
- Supriadi, D., Taufiqurrahman, & Samsuddin. (2025). Inovasi Pembelajaran Pai Di Era Digital: Strategi Menumbuhkan Minat Belajar Gen-Z. *Tadbiruna: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2).
- Yusuf, M. (2023). Rebranding Madrasah Dalam Membangun Citra Positif Dan Modern. *Journal Of Education Management Research(Jemr)*, 1(2).
- Zamzani, Tabrani, & Suparno. (2025). Inovasi Teknologi Dalam Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Sarolangun Provinsi Jamb. *Jurnal Literasiologi*, 13(1).

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA