



**ANALISIS PERAN MODALITAS BOURDIEU DAN
CORPORATE BRAND IDENTITY MATRIX DALAM
MEMBENTUK IDENTITAS MEREK SEKOLAH
(Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah
Mojoagung Jombang)**

TESIS



**Disusun Oleh :
Mohammad Mansur
6123004**

**MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG
2025**



**ANALISIS PERAN MODALITAS BOURDIEU DAN
CORPORATE BRAND IDENTITY MATRIX DALAM
MEMBENTUK IDENTITAS MEREK SEKOLAH
(Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah
Mojoagung Jombang)**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Magister dalam Bidang Manajemen Pendidikan Islam



**Disusun Oleh :
Mohammad Mansur
6123004**

**MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG
2025**



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Mansur

NIM : 6123004

Program Studi : S2 Manajemen Pendidikan Islam

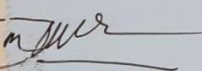
Perguruan Tinggi : Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum (UNIPDU) Jombang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul “ Analisis Peran Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* dalam Membentuk Identitas Merek Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah Mojoagung Jombang)” ini secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jombang, 11 Juni 2025

Yang membuat Pernyataan




Mohammad Mansur



PERSETUJUAN

Proposal yang berjudul : Analisis Peran Modalitas Bourdieu Dan
Corporate Brand Identity Matrix dalam
Membentuk Identitas Merek Sekolah (Studi
Kasus di Mi Plus Darul Falah Mojoagung
Jombang)

Diusulkan oleh : Mohammad Mansur
NIM : 6123004
Prodi : S2 Manajemen Pendidikan Islam

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya
untuk dipertahankan di depan sidang tim penguji proposal Tesis Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana Universitas Pesantren
Tinggi Darul Ulum Jombang.

Pembimbing I

Dr. Amrulloh, Lc., M.Th.I
NIPY. 11010315296

Jombang, 19 Februari 2025

Pembimbing II

Dr. Dzikrul Hakim, M.Pd.I
NIPY. 11010810160

Mengetahui,
Ketua Prodi S2 MPI



Dr. Amrulloh, Lc., M.Th.I
NIPY. 11010315296



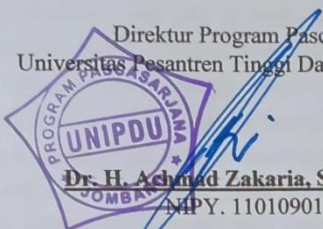
PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “Analisis Peran Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* dalam Membentuk Identitas Merek Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah Mojoagung Jombang),” ditulis oleh Mohammad Mansur, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Tesis Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Program Pascasarjana Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 30 Juni 2025

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang



Dr. H. Achmad Zakaria, S.KM., M.Kes
NIPY. 11010901016

TIM PENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. Achmad Zakaria, S.KM., M.Kes NIPY. 11010901016 (Penguji I)	1.
2. Dr. Mujiyanto Solichin, M.Pd. NIPY. 11010209035 (Penguji II)	2.
3. Dr. Mahmud Huda, M.S. I NIPY. 11010611193 (Penguji III)	3.



Analisis Peran Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* dalam Membentuk Identitas Merek Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah Mojoagung Jombang)

Mohammad Mansur

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Program Pascasarjana Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang

Pembimbing I: Dr. Amrulloh, Lc., M.Th.I

Pembimbing II: Dr. Dhikrul Hakim, M.Pd.I

abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran modalitas Bourdieu dalam membangun identitas merek (brand identity) sekolah. Kajian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi modalitas yang ada di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah Mojoagung Jombang sebagai landasan utama dalam menggali identitasnya serta menggunakan Corporate Brand Identity Matrix (CBIM) sebagai kerangka kerja (framework) strategis dalam upaya branding identitas mereknya. Penelitian ini menjadi penting karena mengintegrasikan dua pendekatan teoritik yang jarang digunakan secara bersamaan dalam konteks pendidikan yakni teori modal Pierre Bourdieu (modal ekonomi, sosial, kultural, dan simbolik) serta teori Corporate Brand Identity Matrix (CBIM) dari Mats Urde. Penelitian ini menggunakan paradigma poststrukturalisme-konstruktivisme, yang berpandangan bahwa realitas sosial masyarakat dan identitas merek sekolah terbentuk melalui interaksi sosial yang inten dan konstruksi makna oleh berbagai aktor, dalam hal ini adalah warga sekolah termasuk guru, siswa, orang tua, alumni dan masyarakat. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus di MI Plus Darul Falah. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan interaktif model Miles dan Huberman yakni kondensasi data, penyajian, verifikasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan integrasi dua teori ini menghasilkan habitus khas MI Plus Darul Falah berupa religius-intelektual-modern yang menggabungkan nilai kepesantrenan, literasi, dan keterbukaan terhadap teknologi dari habitus ini terbentuklah identitas merk sebagai “Madrasah santri berakhlak Qur’ani dan berprestasi”

Kata Kunci: Modalitas Bourdieu; brand identity; identitas merek; CBIM; habitus



An Analysis of the Role of Bourdieu's Forms of Capital and the Corporate Brand Identity Matrix in Shaping School Brand Identity

(A Case Study at MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang)

By Mohammad Mansur

Islamic Education Management Study Program
Program Postgraduate Program at Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum
Jombang

Advisor I: Dr. Amrulloh, Lc., M.Th.I

Advisor II: Dr. Dhikrul Hakim, M.Pd.I

abstract

This study aims to analyze the role of Bourdieu's forms of capital in constructing a school's brand identity. The research explores how different types of capital—economic, social, cultural, and symbolic—are embodied and practiced within MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang, serving as a foundational structure in shaping the school's identity. These forms of capital are then integrated with the Corporate Brand Identity Matrix (CBIM), which serves as a strategic framework for managing and articulating institutional brand identity. This study is significant because it bridges two theoretical frameworks that are rarely combined in educational research: Pierre Bourdieu's capital theory and Mats Urde's CBIM model. The research adopts a post-structuralist and constructivist paradigm, emphasizing that social realities and school brand identities are continuously constructed through intense social interactions and the shared meaning-making of various actors—including teachers, students, parents, alumni, and the broader community. Employing a qualitative case study method, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The analysis followed Miles and Huberman's interactive model, consisting of data condensation, display, verification, and conclusion drawing. The results show that integrating Bourdieu's forms of capital with the CBIM framework produced a distinctive institutional habitus at MI Plus Darul Falah—religious, intellectual, and modern. This habitus integrates pesantren values, a strong literacy culture, and openness to digital innovation, culminating in the school's brand identity as a "Qur'anic-Minded and High-Achieving Santri Madrasah."

Keywords: Bourdieu's capitals; Brand identity; CBIM; School branding; Habitus



MOTTO

وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ

"Dan sesungguhnya kepada Tuhanmulah kesudahannya (segala sesuatu),"

(Q.S. An-Najm : 42)

KATA PERSEMBAHAN



Dengan ucapan alhamdulillah wa syukrulillah tesis ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu, dan Bapak yang selalu mendukung dalam perjalanan menuntut ilmu, mengasuh, mendidik, dan membimbing sejak kecil sampai besar dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, dan jasanya tidak akan mampu terbayarkan.
2. Para masyayikh yang telah mendidik dan membimbing dengan penuh keikhlasan khususnya para pengasuh Pondok Pesantren Al-Falah Mojoagung Jombang Kyai Affandi Khalil, Kyai Fathullah Khalil dan Gus Muhammad Ali Wafi.
3. Istri tercinta, Fatimatul Asroriah, M.Pd yang selalu tulus, sabar, dan ikhlas mendampingi perjalanan hidup selama ini sekaligus teman diskusi setiap hari.
4. Putra tercinta, Ghazy Suluh Ngudaneni dan putri tersayang Taqiyya Qarry 'Aina yang telah menjadikan semangat dalam menuntut ilmu ini tak pernah berhenti.
5. Segenap dosen pascasarjana UNIPDU yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan tesis ini dan memberikan motivasi agar tidak putus asa, khususnya bapak Dr. Amrullah, Lc., M.Th.I selaku pembimbing satu dan bapak Dr. Dhikrul Hakim, M.Pd.I pembimbing dua.
6. Segenap jajaran guru dan staf MI Plus Darul Falah khususnya Bpk H. Wachid, S.Pd selaku Ketua yayasan sekaligus Kepala Sekolah yang telah mengizinkan madrasah yang dipimpinnya sebagai objek penelitian oleh penulis.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang, khususnya kelas mahasiswa beasiswa LPPD Jatim yang telah mengobarkan semangat intelektual dengan diskusi-diskusi kelas yang panas dan berjuang bersama dalam menuntut ilmu hingga tesis selesai.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tesis dengan judul “Analisis Peran Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* dalam Membentuk Identitas Merek Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Plus Darul Falah Mojoagung Jombang)” dengan baik dan lancar.

Shalawat serta salam semoga senantiasa Allah limpahkan keharibaan junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah memberikan pelajaran, tuntunan dan suri tauladan kepada kita semua.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan agar dapat membantu memperbaiki tesis ini. Harapan peneliti, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian terkait identitas merk sekolah.

Penulis menyadari bahwa penelitian Tesis ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan, saran, dan arahan dari berbagai pihak, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan material maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sedalam dalamnya kepada:

1. Dr. dr. H. Zulfikar As'ad, M. MR., selaku Rektor Unipdu Jombang.
2. H. Ahmad Zakaria, S.KM., M. Kes, selaku Direktur Program Pascasarjana Unipdu Jombang
3. Dr. Amrullah, Lc., M.Th.I, selaku Ketua Prodi S2 MPI Program Pascasarjana Unipdu Jombang dan dosen pembimbing I.
4. Dr. Dhikrul Hakim, M.Pd.I, selaku dosen pembimbing II.
5. Tim Penguji Tesis.
6. Bpk H. Wachid, S.Pd selaku Ketua yayasan dan Kepala Sekolah MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.
7. Semua dosen Program Pascasarjana Unipdu Jombang
8. Para karyawan dan staf Unipdu Jombang
9. Mahasiswa satu angkatan Program Pascasarjana MPI Unipdu Jombang.



Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna. Begitu juga dalam penulisan Tesis ini, yang tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi penyempurnaan Tesis ini.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Alloh SWT. Demikianlah Tesis ini semoga tulisan yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak pada umumnya. Aamiin

Jombang, 12 Juni 2025

Penulis

Mohammad Mansur

NIM: 6123004

DAFTAR ISI



SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRA K.....	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR IS	xii
BAB I	PENDAHULUAN
	A. Latar Belakang Masalah.....1
	B. Ruang Lingkup Penelitian.....3
	C. Rumusan Masalah.....3
	D. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... 4
	E. Penelitian Terdahulu..... 5
	F. Sistematika Pembahasan.....8
BAB II	LANDASAN TEORI
	A. Teori Modalitas Pierre Bourdieu11
	B. Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>).....24
	C. Teori <i>Corporate Brand Identity Matrix</i> (CBIM).....16
BAB III	METODE PENELITIAN
	A. Desain Penelitian.....20
	B. Subjek Penelitian.....20
	C. Metode Pengumpulan Data.....20
	D. Teknik Analisis Data.....22
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN
	A. Profil Madrasah.....32
	B. Hasil Penelitian.....40



1. Peran Modalitas Bourdieu dalam Membentuk Identitas Merek Madrasah.....	40
2. Peran <i>Corporate Brand Identity Matrix</i> (CBIM) dalam Membentuk Identitas Merek Madrasah.....	68
3. Integrasi Modalitas Bourdieu dan CBIM (<i>Corporate Brand Identity Matrix</i>).....	73
4. Tantangan dan Peluang yang ada dihadapi Madrasah.....	79
C. Pembahasan	81
 BAB V	
PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA.....	43