



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Institusi pendidikan swasta di Indonesia menghadapi tantangan yang cukup signifikan dalam mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di kancah pendidikan nasional. Dalam era globalisasi dan disrupsi yang semakin intensif seperti yang terjadi saat ini, persaingan antar sekolah swasta dan negeri tidak hanya terjadi dalam aspek mutu akademik,¹ tetapi juga dalam membangun dan menguatkan citra dan identitas yang kuat di mata masyarakat.² Fenomena ini tampak dalam meningkatnya persaingan antar kedua institusi tersebut dalam merekrut peserta didik, merebut kepercayaan masyarakat, dan mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan sistem pendidikan yang demikian cepat dan dinamis.³ Perebutan ruang kesadaran publik atas eksistensi antar institusi pendidikan ini semakin tidak bisa dihindari yang menuntut masing-masing institusi untuk membangun identitasnya sendiri. Oleh karena itu, identitas merek (*brand identity*) menjadi faktor penting dalam menarik calon siswa baru demi mempertahankan eksistensi sekolah dalam jangka waktu yang tidak diketahui tergantung seberapa kuat identitas tersebut dibentuk dan dipertahankan.

¹S. Suryana, “Permasalahan Mutu Pendidikan Dalam Perspektif Pembangunan Pendidikan,” *Edukasi* 14, no. 1 (2020).

²Dian Sudiantini et al., “Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa Dan Keputusan Memilih Sekolah,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 2, no. 1 (2023): 404–408.

³Petiana Indriati and Syahril Djaddang, “Mengevaluasi Peran Pendidikan Tinggi Dalam Meningkatkan Daya Saing Lulusan Dan Prestise Institusi: Wawasan Dari Teori Identitas Institusional Dan Profesional Yang Dinamis,” *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Nusantara* 02, no. 03 (2024): 1–12.

Yang mendasari penelitian ini dilakukan di MI Plus darul Falah adalah fenomena bahwa sekolah ini tergolong baru berdiri di wilayah Jombang khususnya di Mojoagung, tapi popularitasnya sudah mengalahkan lembaga pendidikan lain yang telah berdiri sejak lama. Penelitian ini tidak membandingkan MI Plus Darul Falah dengan sekolah lain, melainkan memfokuskan pada studi kasus mendalam di satu lokasi.

Dalam posisinya sebagai lembaga pendidikan, Madrasah Ibtidaiyah (MI) Plus Darul Falah Mojoagung Jombang ini memiliki peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan dan kebangsaan sejak usia dini. Namun demikian seperti madrasah pada umumnya lembaga ini masihlah ada kendala-kendala yang harus dihadapi terutama dalam hal identitas merk lembaga.

“...Nilai-nilai luhur yang kami tanamkan yang meliputi nilai-nilai keagamaan dan kebangsaan sejak usia dini tentu harus dipertahankan dan dijaga sampai kapanpun. Namun, sebagai salah satu lembaga pendidikan swasta, Madrasah Ibtidaiyah (MI) Plus Darul Falah ini juga tak terlepas dari permasalahan-permasalahan terkait eksistensi dan identitas. Identitas merek kami belum tergarap dengan maksimal. Sebagai contoh kami belum memiliki website sebagai media sosial yang bersifat resmi...”⁴

Maka dari itu, menggali identitas *brand* lembaga menjadi hal yang harus dilakukan untuk mencari nilai inti (*core value*) yang akan membedakannya dengan MI lainnya. Pembentukan identitas ini bukanlah proses yang statis, melainkan sebuah konstruksi sosial yang dinamis dan dialektis, melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Untuk menganalisis proses pembentukan identitas *brand* sekolah secara mendalam, penulis menggunakan kerangka teoritis modalitas Pierre Bourdieu.

⁴Wachid, Wawancara, Mojoagung, 05 Januari 2025

Berpjik dari salah satu artikelnya Bertrand Moingeon and Bernard Ramanantsoa, dalam penelitiannya mengatakan bahwa “*Socioanalysis (Bourdieu, 1991; Bourdieu (Ed.), 1993) is of help in overcoming this problem. This methodology can be adapted to diagnose the identity of an organization.*”⁵ Menurut penelitian tersebut, teori *Socioanalysis* Bourdieu menawarkan perspektif sosioanalisis yang relevan dan komprehensif dalam menggali identitas organisasi.

Pierre Bourdieu dalam bukunya “*The Form of Capital*” memperkenalkan konsep modalitas yang terdiri dari modal ekonomi (sumber daya finansial), modal sosial (jaringan relasi dan koneksi), modal budaya (pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai), dan modal simbolik (pengakuan, prestise, dan legitimasi).⁶ Keempat modal ini saling berinteraksi satu sama lain hingga membentuk habitus, yaitu sistem disposisi yang menghasilkan praktik-praktik sosial yang terinternalisasi dan cenderung direproduksi.⁷ Dalam konteks sekolah, modal ekonomi bisa berkaitan dengan infrastruktur dan sumber daya finansial yang dimiliki lembaga dan komunitasnya. Modal sosial merujuk pada jaringan dengan orang tua wali murid, alumni, relasi dengan tokoh masyarakat, dan kerjasama dengan lembaga atau komunitas lain di luar sekolah. Modal budaya teridentifikasi seperti kurikulum, metode pembelajaran, dan tradisi atau nilai yang dianut sekolah. Sedangkan modal

⁵Bertrand Moingeon and Bernard Ramanantsoa, “Understanding Corporate Identity: The French School of Thought,” *European Journal of Marketing* 31, no. 5–6 (1997): 383–395.

⁶Pierre Bourdieu, “The Forms of Capital,” in *The Sociology of Economic Life, Third Edition*, 1986, 78–92.

⁷Pierre Bourdieu, *Outline of A Theory of Practice, Readings for a History of Anthropological Theory*, 6th ed. (USA: Cambridge University Press, 1977).

 simbolik adalah modal non benda yang berkaitan dengan reputasi sekolah, prestasi yang diraih, dan pengakuan dari masyarakat.

Sebagian besar penelitian terdahulu tentang identitas, khususnya dalam konteks organisasi dan institusi, cenderung berfokus pada aspek eksternal dan formal.⁸ Hal ini yang menjadikan identitas mengalami reduksi makna. Hingga identitas diidentifikasi hanya dengan sesuatu yang bersifat fisik, dan cenderung struktural seperti logo, slogan, visi misi yang tertulis atau seragam yang dikenakan. Pendekatan ini cenderung formil dan mengabaikan dinamika internal juga proses sosial yang membentuk identitas secara mendalam.⁹ Padahal, identitas sejati tidak hanya tercermin dari tampilan luar, tetapi juga dari nilai-nilai yang diinternalisasi, praktik-praktik yang dijalankan, dan interaksi yang terjadi di dalam organisasi.

Identitas inilah yang seharusnya menjadi beranding sekolah. Oleh karena itu, peneliti mengkombinasikan teori modalitas Bourdieu dan CBIM Mats Urde dalam mengurai permasalahan ini. Bagaimana teori modalitas Bourdieu akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika interaksi antar modalitas yang saling mempengaruhi dan membentuk habitus sekolah sebagai cikal bakal identitas. Sementara itu, *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) yang dikembangkan oleh Mats Urde menawarkan pendekatan sistematis dalam merancang dan mengelola identitas merek. CBIM

⁸Nurnazmi and Siti Kholifah, “Anatomi Teori Pirre Bourdieu Pada Sosiologi Postmodern,” *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 2 (2023): 1308–1321, <https://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/ES/article/download/1657/895/>.

⁹Lyda Lannegrand-Willems and Harke A. Bosma, “Identity Development-in-Context: The School as an Important Context for Identity Development,” *Identity* 6, no. 1 (2006): 85–113.



terdiri dari Sembilan elemen yang relevan dengan modalitas.¹⁰ Dengan harapan masing-masing dari elemen dan modal ini saling berkaitan, hingga membentuk identitas yang selain kuat juga bisa dikomunikasikan ke dalam arena public pendidikan.¹¹

Oleh karena alasan di atas penelitian ini berusaha meneliti bagaimana membangun identitas *brand* sekolah dengan menggunakan pendekatan teori modalitas Bourdieu yang dikombinasikan dengan kerangka kerja (*framework*) analisis CBIM (*Corporate Brand Identity Matrix*).

B. Ruang Lingkup Penelitian

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis peran modalitas Bourdieu dalam membangun identitas merek (*brand identity*) sekolah. Kajian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi modalitas yang ada di MI Plus Darul Falah sebagai landasan utama dalam menggali habitus sebagai identitasnya serta menggunakan *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) sebagai kerangka analisis strategis brandingnya. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian ini mencakup aspek konseptual, metodologis, serta batasan empiris dalam studi kasus yang dilakukan di MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada lokasinya yang strategis

¹⁰Mats Urde, “The Corporate Brand Identity Matrix,” *Journal of Brand Management* 20, no. 9 (2013): 742–761, <http://dx.doi.org/10.1057/bm.2013.12>.

¹¹Mats Urde, “Core Value-based Corporate Brand Building,” *European Journal of Marketing* 37, no. 7–8 (2003): 1017–1040.

dan fenomena bahwa sekolah ini tergolong baru berdiri di wilayah Jombang khususnya di Mojoagung, tapi popularitasnya sudah mengalahkan lembaga pendidikan lain yang telah berdiri sejak lama. Penelitian ini tidak membandingkan MI Plus Darul Falah dengan sekolah lain, melainkan memfokuskan pada studi kasus mendalam di satu Lokasi.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah individu dan kelompok yang dianggap relevan dan memiliki informasi penting terkait modalitas dan identitas yang ada di MI Plus Darul Falah. Subjek penelitian meliputi:

1. Kepala Sekolah dan jajaran manajemen sekolah.
2. Guru dan staf sekolah.
3. Siswa dan perwakilan orang tua siswa.
4. Tokoh masyarakat atau pihak eksternal yang terkait dengan sekolah (misalnya, alumni, perwakilan yayasan, atau tokoh agama setempat).

4. Batasan Waktu

Pengumpulan data dan analisis data akan dilaksanakan dalam jangka waktu 6 bulan sejak Januari sampai pada bulan Juni mendatang.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Modalitas Bourdieu berperan dalam membentuk identitas merek MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang?
2. Bagaimana *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) berperan dalam membentuk identitas merek MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang?



- 
3. Bagaimana integrasi antara teori modal Bourdieu dan CBIM dalam pembentukan identitas merek sekolah dan mengelolanya menjadi branding merek MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang?
4. Bagaimana tantangan dan peluang yang dihadapi madrasah dalam menerapkan peran Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) dalam membentuk identitas merek MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :
 - a. Menganalisis peran Modalitas Bourdieu dalam membentuk identitas brand MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.
 - b. Menganalisis peran *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) dalam membentuk identitas brand MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.
 - c. Mengintegrasikan antara teori modal Bourdieu dan CBIM dalam pembentukan identitas merek sekolah dan mengelolanya menjadi branding merek MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang
 - d. Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam penerapan Modalitas Bourdieu dan *Corporate Brand Identity Matrix* (CBIM) dalam membentuk identitas brand MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.

2. Manfaat Penelitian :

- a. Manfaat Teoritis :
 - 1) Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori modalitas Bourdieu, khususnya dalam konteks pendidikan di Indonesia dan di tingkat Madrasah Ibtidaiyah.

2) Memperkaya kajian akademik di bidang manajemen pendidikan Islam dengan pendekatan branding yang lebih sistematis.

3) Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan konsep branding sekolah berbasis modalitas.

b. Manfaat Praktis :

1) Bagi MI Plus Darul Falah sendiri, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang berharga bagi pihak sekolah dalam mengelola dan mengembangkan modalitas yang dimilikinya secara lebih efektif dan strategis untuk memperkuat identitas branding sekolah.

2) Bagi lembaga-lembaga pendidikan yang lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan inspirasi dalam memahami dan membangun identitas branding sekolah yang kuat dan relevan dengan konteksnya masing-masing.

3) Bagi masyarakat khususnya orang tua murid, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai unsur-unsur yang membentuk identitas *brand* sekolah dan bagaimana identitas tersebut dapat memengaruhi kualitas pendidikan. Hal ini dapat membantu masyarakat dan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianut.

4) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi landasan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang tertarik untuk



mengkaji topik serupa atau mengembangkan penelitian ini lebih lanjut.

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan terkait modalitas Bourdieu, Mardika Novianti, dkk. tahun 2020 dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Modal Sosial dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Andong, Boyolali”, terbit dalam jurnal *E-Societas: Jurnal Pendidikan* dalam penelitian ini mereka memperoleh kesimpulan bahwa modal sosial yang ditemukan di SMANegeri 1 Andong di antaranya adalah: kepercayaan (*trust*), Kerjasama, *norma* dan yang terakhir adalah *keterlibatan* masyarakat yang tinggi baik dalam kegiatan fisik maupun non fisik.¹² Kesemua indikator inilah yang membangun Citra sekolah di SMA Negeri 1 Andong, Boyolali. Meski penelitian ini sama-sama mengangkat peran modalitas, tapi hanya satu modalitas yang diteliti dan penelitian ini juga berfokus pada citra yang mana citra ini adalah bentuk luaran dari identitas yang akan peneliti lakukan.

Dalam penelitian Nurdin Rivaldy, dkk. (2024) yang berjudul "Peran Modal Sosial dalam Mencapai Perubahan Sosial di Lembaga Pendidikan islam" terbit dalam jurnal “Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam” mengemukakan bahwa Modal sosial tidak akan terwujud dan kuat terealisasikan tanpa kualitas pendidikan, sehingga pondasi masyarakat dalam meningkatkan kualitas pendidikan Islam harus mampu menciptakan peradaban

¹²Mardika Novianti and Siti irene Astuti dwinigrum, “Peran Modal Sosial Dalam Membangun Citra Sekolah Di SMA Negeri 1 Andong, Boyolali,” *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 9, no. 1 (2020): 2–21.

yang berpijak pada modal sosial yang dihasilkan dengan cara meningkatkan komitmen.¹³ Penelitian ini meski memakai istilah yang sama yakni modal, namun modal yang dimaksud masihlah sangat rancu dan tidak jelas mengacu pada salah satu teori modalitas yang mana.

Sementara itu Fathan Munif, (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengembangan Madrasah melalui Modal Sosial” terbit pada Jurnal Kependidikan IAIN Purwokerto.¹⁴ Penelitian ini berkesimpulan bahwa dengan mengintegrasikan teori modal sosial dalam kurikulum madrasah dapat mengembangkan mutu madrasah. Penelitian ini meski menggunakan tema modalitas namun hanya satu modal dari berbagai modal yang bias dikembangkan. Namun penelitian ini tidak menitik tekankan pada identitas ataupun memakai kerangka CBIM.

Sedangkan penelitian tentang identitas sekolah melalui beranding visual dilakukan oleh Rumi Darmawan, Nanang Ganda Prawira, dkk. (2024) yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Di Sekolah Islam Terpadu Luqmanul Hakim Kota Bandung” dimuat dalam jurnal Demandia: Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan.¹⁵ Penelitian ini menyimpulkan bahwa Penerapan analisis strategi STP dan SWOT dapat berdampak pada perubahan positif dalam citra dan persepsi public tentang

¹³Nurdin Rivaldy, Tihami Tihami, and Agus Gunawan, “Peran Modal Sosial Dalam Mencapai Perubahan Sosial Di Lembaga Pendidikan Islam,” *Tarbiyatuna Kajian Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2024): 021.

¹⁴Fatkhan Munif, “Pengembangan Madrasah Melalui Modal Sosial,” *Jurnal Kependidikan IAIN Purwokerto* 8, no. 1 (2020): 85–98.

¹⁵Ahmad Rumi Darmawan, Nanang Ganda Prawira, and Yadi Rukmayadi, “Perancangan Ulang Identitas Visual Di Sekolah Islam Terpadu Luqmanul Hakim Kota Bandung,” *Demandia:Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan* 9, no. 1 (2024): 43.

madrasah. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini SWOT bukan analisis yang akan peneliti pakai.

Sudirman, dkk. Dalam penelitiannya baru-baru ini tahun 2024 yang berjudul “Membangun Identitas Digital: Branding dan Promosi Sekolah melalui Teknologi Website di SMKN 7 Takalar” yang dimuat dalam dalam jurnal Ilmu Komputer Untuk Masyarakat mengatakan bahwa Website yang dirancang dengan baik, sekolah dapat mengkomunikasikan nilai-nilai, keunggulan, dan program-program unggulannya.¹⁶ Hal ini membantu dalam membangun branding yang kuat dan membedakan SMKN 7 Takalar dari sekolah-sekolah lain. Penelitian ini hanya berfokus pada aspek identitas visual bukan keseluruhan identitas sekolah.

Nofriska Krissanya dan Yulia Arisnani Widyaningsih, (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “*Implementation of Corporate Brand Identity Matrix in Building Corporate Brand Identity*” terbit dalam jurnal Jurnal Riset Sains Indonesia Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman identitas merek perusahaan XYZ lebih terkonsentrasi pada area pemasaran atau eksternal, khususnya identitas visual.¹⁷ Selanjutnya diperoleh kerangka CBIM untuk New Co, dimana terdapat beberapa elemen yang mirip dengan kerangka CBIM XYZ. Meski penelitian ini memakai kerangka kerja CBIM namun yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebuah Perusahaan bukan Lembaga sekolah.

¹⁶Sudirman Sudirman, Arief Fauzan, and Rezki Amalia Wahyuni Mustakim, “Membangun Identitas Digital: Branding Dan Promosi Sekolah Melalui Teknologi Website Di SMKN 7 Takalar,” *Ilmu Komputer untuk Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 52–59.

¹⁷Nofriska Krissanya and Yulia Arisnani Widyaningsih, “Implementation of Corporate Brand Identity Matrix in Building Corporate Brand Identity,” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 14, no. 1 (2023): 17–29.

Dalam penelitian yang dikakukan oleh Ketut Dadi Purwantoro dan Dhevi Kusumaningtyas, (2023) yang berjudul “Kesenjangan *Brand Identity* dan Image Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna” terbit dalam “Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga kesenjangan yang harus diatasi demi meningkatkan hubungan dengan pengguna, yaitu atribut pembeda utama, brand sebagai organisasi dan perluasan *brand*. Model konseptual yang diusulkan mampu membentuk sebuah brand yang baik terkait identitas dan juga citranya.¹⁸ Penelitian ini meski mengangkat tema *brand identity* namun yang menjadi titik focus bukanlah bagaimana pembentukan identitas itu sendiri, bagimana brand identity ini muncul atau dibangun.

Dari sekian penelitian terdahulu yang disebut di atas tidak ada satu pun yang spesifik membahas modalitas secara menyeluruh seperti judul penelitian yang dipilih peneliti saat ini. Bagitupun juga penelitian yang mengambil tema *brand identity* tidak ada yang menggunakan kerangka kerja CBIM dalam penelitiannya. Adapun jika menggunakan kerangka kerja CBIM, penelitian itu tidak dilakukan dalam ranah pendidikan.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian tesis ini disusun dalam beberapa bab yang saling berkaitan dan membentuk alur logika yang utuh untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁸Ketut Purwantoro and Dhevi Dadi Kusumaningtyas, “Kesenjangan Brand Identity Dan Image Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 63–80.

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini akan dijelaskan Gambaran umum tentang penelitian. Dimulai dengan Latar Belakang Masalah yang menguraikan konteks penelitian, urgensi permasalahan, kesenjangan yang ada, serta alasan mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan. Bagian ini juga akan menyoroti fakta menarik bahwa penelitian tentang identitas seringkali terbatas pada aspek eksternal dan formal saja. Selanjutnya, rumusan masalah akan diajukan untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang akan dijawab. Tujuan penelitian akan menjelaskan sasaran yang ingin dicapai, diikuti dengan manfaat penelitian yang akan menguraikan kontribusi teoretis dan praktis dari penelitian ini. Ruang lingkup penelitian akan membatasi fokus penelitian secara metodologis, meliputi fokus penelitian, lokasi, subjek, teknik pengumpulan dan analisis data, serta batasan waktu. Terakhir, definisi operasional akan memberikan penjelasan yang jelas tentang konsep-konsep kunci yang digunakan, seperti modalitas Bourdieu dan identitas sekolah.

Bab kedua berisi tinjauan pustaka, di mana dalam bab ini akan mengkaji landasan teoretis yang relevan. Dimulai dengan pembahasan tentang konsep identitas secara umum, baik identitas individu maupun kolektif, serta identitas organisasi termasuk sekolah. Teori modalitas Pierre Bourdieu akan diuraikan secara mendalam, meliputi konsep modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik, serta konsep habitus dan arena. Bab ini juga akan membahas bagaimana identitas sekolah dapat dianalisis melalui perspektif modalitas Bourdieu. Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan akan direview dan dibandingkan untuk menunjukkan posisi penelitian ini dalam khazanah

keilmuan. Terakhir, kerangka berpikir akan disajikan untuk menggambarkan hubungan antar konsep dan alur logika penelitian.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan prosedur penelitian yang digunakan. Pendekatan penelitian kualitatif dengan studi kasus akan dijelaskan, diikuti dengan informasi tentang lokasi dan waktu penelitian. Subjek penelitian dan teknik pengambilan sampel akan diuraikan, serta teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif, yaitu analisis tematik, akan dijelaskan langkah-langkahnya, mulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Terakhir, uji keabsahan data, seperti triangulasi, akan dijelaskan untuk memastikan validitas dan reliabilitas data.

Bab keempat membahas hasil penelitian sekaligus pembahasan. Dalam bab ini peneliti akan menyajikan temuan penelitian dan analisisnya. Dimulai dengan deskripsi lokasi penelitian, yaitu MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang. Data yang terkumpul dari berbagai sumber akan dipaparkan secara sistematis dan deskriptif. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan kerangka teori modalitas Bourdieu, dan temuan penelitian akan disajikan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan rumusan masalah. Pembahasan akan menginterpretasi temuan penelitian, menghubungkannya dengan teori, dan membandingkannya dengan penelitian terdahulu.

Terakhir adalah bab kelima, yaitu penutup. Di sini peneliti akan merangkum keseluruhan penelitian. Kesimpulan akan menyajikan intisari temuan penelitian dan menjawab rumusan masalah. Implikasi penelitian akan



menjelaskan dampak teoretis dan praktis dari temuan tersebut. Terakhir, saran-saran akan diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan, seperti pihak sekolah, lembaga pendidikan lain, peneliti selanjutnya, dan pembuat kebijakan. Setelah bab penutup, akan dilampirkan Daftar Pustaka yang berisi referensi yang digunakan, dan Lampiran yang berisi dokumen-dokumen pendukung penelitian.

Dengan sistematika ini, tesis diharapkan dapat menyajikan informasi secara terstruktur, logis, dan mudah dipahami, serta memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pendidikan.