

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan sumber daya manusia dan meningkatkan kualitas seseorang. Salah satu tempat untuk mendapatkan pendidikan adalah sekolah. Namun sekolah hanya bertugas untuk membantu kelanjutan pendidikan yang telah diperoleh peserta didik di dalam keluarga. Perpindahan dari pendidikan keluarga menuju pendidikan sekolah memerlukan kerja sama antara orang tua dengan sekolah. Oleh sebab itu diperlukan kepercayaan orang tua terhadap sekolah untuk keberhasilan pendidikan anaknya.

Kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tidak didapatkan secara otomatis, melainkan dengan strategi-strategi khusus yang diciptakan oleh sekolah. Pihak sekolah yang berwenang untuk membina hubungan dengan masyarakat adalah hubungan masyarakat atau yang biasa disebut humas. Menurut Oemi Abdurrachman M.A. hubungan masyarakat adalah menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*good will*) publicnya serta memperoleh opini

publik yang menguntungkan (atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang baik dengan publik).¹

Hubungan sekolah dan masyarakat dilakukan untuk menjembatani kebutuhan yang dibutuhkan oleh sekolah dan masyarakat, sekolah melakukan komunikasi dengan masyarakat agar memahami kebutuhan pendidikan dan pembangunan masyarakat. Hubungan sekolah dan masyarakat dapat dikatakan untuk menjaga dan mengembangkan saluran informasi dua arah yang efisien serta saling pengertian antara sekolah, personil sekolah, dan anggota masyarakat.² Dari pendapat tersebut hubungan sekolah dan masyarakat akan tercipta dengan baik apabila terdapat komunikasi dua arah dan saling pengertian antara pihak sekolah dengan masyarakat. Ketika sekolah memahami kebutuhan masyarakat dan berusaha untuk memenuhinya, maka akan tercipta kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tersebut. Sebagai timbal balik, masyarakat terutama calon wali murid akan memasukkan putra putrinya ke sekolah yang mereka percaya.

Namun fakta di lapangan tidak menunjukkan demikian, humas masih dianggap remeh oleh sebagian lembaga pendidikan. Humas belum mendapatkan peran dan posisi penting sebagai corongnya lembaga pendidikan. Padahal humas memiliki peran yang sangat penting untuk menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat internal maupun eksternal. Humas mampu menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*good will*) publiknya serta memperoleh opini publik yang

¹ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam* (Surabaya: eLKAF, 2006), 109.

² Rohiat, *Manajemen Sekolah: Teori Dasar dan Praktik* (Bandung: Refika Aditama, 2010), 28.

menguntungkan. Oleh sebab itu, sekolah harus membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dengan melakukan komunikasi yang efektif sesuai dengan perintah Alloh SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (الاحزاب: ٧٠)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Alloh dan ucapkanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab: 70).³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa komunikasi hendaklah mengungkapkan perkataan dan kejadian yang benar. Prinsip ini hendaknya diterapkan ketika menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kebenaran informasi yang diberikan akan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah atau lembaga pendidikan, karena persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat. Dalam hal ini komunikasi yang efektif dan hubungan yang baik antara seluruh komponen pendidikan dengan masyarakat dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga pendidikan.

Menurut *The National School Public Relations Association* sebagaimana dikutip oleh Kowalski:

*Educational public relations is a planned and systematic two-way process of communications between an educational organization and its internal and external publics designed to build morale, goodwill, understanding, and support for that organization.*⁴

³ *Al-Quran Tafsir Jalalain Per Kata* (Jakarta: PT Suara Agung Jakarta, 2013), 428.

⁴ Theodore J. Kowalski, *Public Relations in School* (Educational Leadership Faculty Publications: Paper 49, 2011), 14

Public relations dalam dunia pendidikan adalah proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara organisasi pendidikan dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan terhadap organisasi tersebut. *Public relations* atau humas adalah gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga atau organisasi dengan public atau masyarakat. Humas juga disebut-sebut sebagai corong suatu lembaga yang memiliki fungsi sebagai media penyalur informasi. Humas memiliki tanggungjawab membangun komunikasi internal maupun eksternal, tentunya dengan membangun strategi-strategi untuk membangun hubungan sekolah dengan masyarakat.

Membangun strategi perlu dilakukan untuk membantu lembaga dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memudahkan organisasi mencapai tujuannya.⁵ Menurut Ibrahim dalam Sri Minarti menyebutkan bahwa ada empat pendekatan yang dapat digunakan dalam kegiatan humas antara sekolah dan masyarakat sekitarnya, yaitu komunikasi, peragaan, pelibatan, dan penggunaan fasilitas sekolah oleh masyarakat.⁶

Pendekatan yang pertama adalah komunikasi, merupakan proses penyampaian atau penerimaan pesan dari satu orang kepada orang lain, baik langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan maupun bahasa non

⁵ Fred R. David, *Strategic Management (Manajemen Strategis)* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 5.

⁶ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 291.

verbal.⁷ Dalam tinjauan humas, komunikasi berarti proses penyampaian atau penerimaan pesan antara pihak sekolah dan masyarakat yang bersifat dialogis baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya dengan memanggil orang tua ke sekolah, berkunjung ke rumah peserta didik, memberikan informasi ke masyarakat melalui buletin-buletin sekolah, mading sekolah, surat dan lain sebagainya.⁸ Komunikasi merupakan syaraf dalam kehidupan lembaga pendidikan dan sebagai upaya untuk membuat orang-orang yang terlibat di dalamnya mengerti serta memahami informasi dalam lembaga pendidikan.

Pendekatan yang kedua adalah peragaan. Peragaan yang dimaksud disini adalah sekolah mengadakan acara – acara yang menampilkan kreasi sekolah dalam membina peserta didik, baik dalam kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler.⁹ Contohnya pameran sekolah, acara-acara keagamaan, perlombaan-perlombaan antar peserta didik, pagelaran kesenian sekolah yang dimainkan peserta didik dan lain-lain. Sasaran humas dalam menggunakan peragaan ini adalah untuk menarik perhatian publik ekstern. Publik ekstern sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi.¹⁰

⁷ Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 470.

⁸ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah...*, 292.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 111.

Pendekatan yang ketiga adalah pelibatan, yaitu sekolah perlu melibatkan masyarakat dalam membantu menyelesaikan program-program pendidikan yang diselenggarakan sekolah.¹¹ Sasaran kegiatan humas menggunakan pendekatan ini adalah untuk menciptakan hubungan dengan publik intern. Publik intern sebagai sasaran humas terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi dan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu.¹² Misalnya dalam kegiatan rapat sekolah meminta pendapat masyarakat, pemberian bantuan dari masyarakat berupa barang ataupun jasa, gotong royong memperbaiki atau membersihkan sekolah dan lain sebagainya. Melibatkan masyarakat pada suatu kegiatan dalam sekolah berarti masyarakat akan terlibat pada pendidikan di sekolah dan ini akan menanamkan kecintaan dan kesetiaan pada sekolah.

Pendekatan yang keempat adalah penggunaan fasilitas sekolah oleh masyarakat. sarana prasarana yang dimiliki oleh sekolah bukanlah milik sekolah yang tidak bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. supaya masyarakat merasa memiliki akan sarana prasarana sekolah, masyarakat juga diberikan hak untuk memanfaatkannya.¹³ Misalnya, sarana olahraga, ruang kelas, lapangan sekolah dan lain sebagainya. Apabila masyarakat diberikan hak untuk memanfaatkan sarana-sarana tersebut, tentu masyarakat akan merasa memiliki dan ikut memeliharanya. Sarana olahraga dapat digunakan untuk kegiatan olahraga masyarakat, ruang kelas sekali-kali dapat digunakan untuk

¹¹ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah...*, 292.

¹² Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat...*, 107.

¹³ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah...*, 293.

rapat desa atau untuk kegiatan pemilu, dan lain sebagainya. Namun, penggunaan sarana prasarana tersebut tidak secara bebas, dalam artian tetap dalam pengawasan dan koordinasi sekolah.

Pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam kegiatan humas tersebut merupakan strategi dari lembaga pendidikan untuk membangun hubungan dengan masyarakat serta membentuk kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Hubungan kerjasama antara sekolah dan masyarakat digolongkan menjadi tiga jenis yaitu hubungan edukatif, hubungan kultural dan hubungan institusional. Hubungan edukatif ialah hubungan kerja sama antara sekolah dan masyarakat dalam mendidik siswa. Hubungan kultural adalah kerja sama antara sekolah dengan masyarakat dalam mengembangkan kebudayaan masyarakat dimana sekolah itu berada. Sedangkan hubungan institusional adalah hubungan kerja sama antara sekolah dan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lainnya.

Akan tetapi di lapangan menunjukkan beberapa lembaga pendidikan tidak memperhatikan kebutuhan masyarakat dan hanya terfokus untuk mengembangkan kemampuan peserta didik. Disamping itu fungsi humas dalam lembaga pendidikan saat ini masih dipandang sebelah mata, sehingga kinerja humas dalam lembaga pendidikan belum terlihat jelas terutama dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti terkait bagaimana strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan yang meliputi kerjasama antara

sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah MTs, sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas MTs, dan sekolah dengan lembaga non pendidikan. Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di dua lembaga pendidikan formal yaitu MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari. Dari data Badan Pusat Statistik Kota Tulungagung, jumlah Madrasah Tsanawiyah (MTs) negeri dan swasta sebanyak 39 unit.¹⁴ Kedua lembaga pendidikan Islam ini yaitu MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari mampu bertahan dalam ketatnya persaingan dalam dunia pendidikan. Keberadaan kedua lembaga pendidikan Islam ini masih cukup banyak diminati oleh orang tua untuk memasukkan putra putri mereka. Hal ini terlihat dari jumlah calon peserta didik baru yang mendaftar setiap tahunnya mengalami peningkatan.

MTs Negeri Tulungagung merupakan satu-satunya Madrasah Tsanawiyah Negeri yang berlokasi di kawasan pendidikan, dimana terdapat banyak Sekolah Lanjutan Atas Negeri di sekitarnya. Jumlah peserta didik lembaga ini tidak pernah menurun setiap tahunnya. Sesuai dengan data rekapitulasi siswa MTs Negeri Tulungagung pada tahun pelajaran 2011-2012 jumlahnya 780 orang siswa, tahun pelajaran 2012-2013 jumlahnya 816 orang siswa dan tahun 2013-2014 jumlahnya 899 orang siswa, tahun pelajaran 2014-2015 meningkat menjadi 1031 orang siswa, semua itu merupakan jumlah siswa yang cukup banyak dan potensial terdiri dari kelas unggulan dan kelas reguler yaitu: 3 ruang kelas VII Unggulan, 4 ruang kelas IX Unggulan dan 17

¹⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung dan Bappeda Kabupaten Tulungagung, *Kabupaten Tulungagung Dalam Angka 2013* (Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung, 2013), 127-128.

ruang Kelas Reguler sehingga jumlah ruang belajar seluruhnya 27 kelas. Partisipasi dari orangtua/wali murid MTs Negeri Tulungagung sebagai stakeholder dalam kegiatan Madrasah dan anggaran terus meningkat.¹⁵

Lokasi penelitian yang kedua adalah MTs Negeri Pulosari atau yang lebih dikenal sebagai MTs Pulosari. Madrasah ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan masyarakat di sekitarnya. Dalam hal kantin sekolah, MTs Negeri Pulosari melibatkan masyarakat untuk pemasok makanan ringan yang dijual. Selain itu, ketika di lingkungan MTs Negeri Pulosari memiliki suatu kegiatan misalkan lomba karnaval, MTs Negeri Pulosari selalu ikut serta di dalamnya. Banyak ekstrakurikuler yang diikuti, seperti drumband dan seni musik.¹⁶ Pihak sekolah sering melibatkan masyarakat dalam kegiatan sekolah misalnya pada saat purnasiswa, masyarakat ikut di undang. Sehingga ada timbal balik antara sekolah dengan masyarakat. Perkembangan pesat dari MTs Negeri Pulosari ini terlihat dari jangkauan peserta didik yang semakin luas yaitu sampai daerah Ploso Kandang.¹⁷

Perkembangan kedua lembaga ini tidak terlepas dari peran komite dan stakeholder/walimurid. Selain itu kedua lembaga ini juga meningkatkan kerjasama internal maupun eksternal dengan segala hal yang berhubungan dengan sekolah. Ketika kerjasama internal maupun internal dengan masyarakat berjalan dengan efektif maka dapat tercipta hubungan sekolah dengan masyarakat yang efektif pula. Dari fenomena tersebut peneliti tertarik

¹⁵ Dokumen perencanaan strategik MTs Negeri Tulungagung.

¹⁶ Wawancara dengan Drs. Abdullah, waka Humas MTs Negeri Pulosari pada tanggal 4 September 2013.

¹⁷ *Ibid.*

mengambil judul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun Hubungan Sekolah dengan Masyarakat di Lembaga Pendidikan (Studi Multi Situs di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari)”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat meliputi hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah, sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas, dan sekolah dengan lembaga non pendidikan yang ada di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari.

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari?
2. Bagaimana strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari?
3. Bagaimana strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga non pendidikan di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mendeskripsikan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari
2. Untuk mendeskripsikan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari.
3. Untuk mendeskripsikan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan lembaga non pendidikan di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak terutama yang terlibat dalam dunia pendidikan. Adapun kegunaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis, yaitu sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang diharapkan dapat memberikan sumbangan akademik berkaitan dengan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan umum maupun Islam, lembaga negeri maupun swasta dalam berbagai jenjang pendidikan,

utamanya di strategi *public relations* dalam mengelola hubungan dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah, hubungan dengan lembaga pendidikan tingkat atas, dan lembaga non pendidikan di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari.

2. Kegunaan secara praktis:

a. Bagi Lembaga

Dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan bagi kepala madrasah dalam mengambil keputusan dan tindakan dalam kaitannya dengan hubungan sekolah dengan masyarakat. Bagi *public relations* madrasah juga dapat memberi informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan hubungan sekolah dengan masyarakat, dan unsur-unsur yang terkait untuk membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di MTs Negeri 1 Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari.

b. Bagi peneliti yang akan datang

Hendaknya dapat memberikan acuan bagi peneliti yang akan datang tentang bagaimana strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan.

c. Bagi Perpustakaan Pascasarjana IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi perpustakaan serta menambah literatur di bidang pendidikan terutama yang berkaitan dengan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah pemahaman dan menghindari kesalahan penafsiran terhadap fokus penelitian, maka peneliti menyajikan definisi konseptual serta definisi operasional sebagai berikut:

1. Penegasan istilah secara konseptual

Strategi adalah serangkaian cara dalam membuat keputusan yang digunakan sebagai acuan dalam organisasi.¹⁸ Sedangkan strategi *public relations* adalah alternative optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka atau rencana *public relations (public relations plan)*.¹⁹ Strategi *public relations* adalah serangkaian cara yang dilakukan humas pendidikan dalam membangun hubungan dengan masyarakat guna mencapai tujuan lembaga pendidikan.

Hubungan sekolah dan masyarakat dapat dikatakan untuk menjaga dan mengembangkan saluran informasi dua arah yang efisien serta saling pengertian antara sekolah, personil sekolah, dan anggota masyarakat.²⁰ Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan merupakan proses penyampaian informasi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan dan masyarakat.

¹⁸ H. Igor Ansoff, *Implementing Strategic Management* (New York: Prentice Hall Inc, 1990), 43.

¹⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo , 2001), 115.

²⁰ Rohiat, *Manajemen Sekolah...*, 28.

Lembaga pendidikan merupakan suatu institusi, media, forum, atau situasi dan kondisi tertentu yang memungkinkan terselenggaranya proses pembelajaran, baik secara terstruktur maupun secara tradisi yang telah diciptakan sebelumnya.²¹ Lembaga pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu instansi tempat berlangsungnya proses pembelajaran yaitu Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI), Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (MTs), Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. Sedangkan lembaga pendidikan non formal adalah lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim, serta satuan pendidikan yang sejenis. Adapun lembaga non kependidikan yang dimaksud di sini adalah lembaga, perusahaan dan lembaga swadaya masyarakat yang dengannya dapat mengembangkan kemampuan siswa, guru dan aspek-aspek pendidikan yang lainnya.

Strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk mengikutsertakan atau melibatkan masyarakat dalam setiap program-program pendidikan yang diadakan oleh sekolah demi tercapainya tujuan pendidikan.²² Dalam hal ini diperlukan kerja sama antara sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah, kerjasama

²¹ Moh. Roqib, *Ilmu Pendidikan Islam: Pengembangan Pendidikan Integratif di Sekolah, Keluarga, dan Masyarakat* (Yogyakarta: LkiS, 2009), 121.

²² Sri Minarti, *Manajemen Sekolah...*, 291.

antara sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas, dan juga kerjasama antara sekolah dengan lembaga non pendidikan. Dari hal tersebut, maka dalam penelitian ini yang dimaksud dengan strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat adalah hubungan sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas, lembaga pendidikan di tingkat bawah dan lembaga non pendidikan, sehingga hubungan sekolah dengan masyarakat dapat tercipta dengan efektif dan efisien.

2. Penegasan istilah secara operasional

Secara operasional yang dimaksud peneliti dengan judul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun Hubungan Sekolah dengan Masyarakat di Lembaga Pendidikan (Studi Multi Situs di MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari)” adalah suatu penelitian ilmiah untuk memperoleh keterangan atau data - data mengenai strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan MTs Negeri Tulungagung dan MTs Negeri Pulosari yang melibatkan kerja sama dalam dunia pendidikan yaitu kerja sama antara sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat bawah MTs, kerja sama antara sekolah dengan lembaga pendidikan di tingkat atas MTs, dan kerja sama antara sekolah dengan lembaga non pendidikan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan tesis ini secara teknis mengacu pada buku pedoman penulisan tesis, yang mana tekniknya dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu *pertama* bagian awal tesis yang memuat beberapa halaman terletak pada sebelum halaman yang memiliki bab. *Kedua* bagian inti tesis; yang memuat enam bab dengan format (susunan/sistematika) penulisan disesuaikan pada karakteristik pendekatan penelitian kualitatif. Dan *ketiga* bagian akhir tesis meliputi daftar rujukan, lampiran-lampiran yang berisi lampiran foto atau dokumen-dokumen lain yang relevan, dan daftar riwayat hidup penulis.²³

Penelitian ini terdiri dari enam bab, satu bab dengan bab lain ada keterkaitan dan ketergantungan secara sistematis, dengan kata lain pembahasannya berurutan dari bab pertama hingga ke enam. Dengan artian dalam pembacaan tesis ini secara utuh dan benar adalah harus diawali dari bab satu terlebih dahulu, kemudian baru bab ke dua, dan seterusnya secara berurutan hingga bab ke enam.

Sistematika penulisan laporan dan pembahasan tesis yaitu sesuai dengan penjabaran yang dimulai dengan *Bab pertama* yang berisi tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini secara umum pembahasannya berisi tentang latar belakang atau alasan secara teoritis dari sumber bacaan terpercaya dan keadaan realistik di lokasi penelitian. Dengan demikian disimpulkan bab ini menjadi dasar atau titik acuan metodologis

²³IAIN, *Pedoman Penulisan Tesis dan Makalah Program Pascasarjana* (Tulungagung: Pascasarjana 2014), 4.

dari bab-bab selanjutnya. Artinya bab-bab selanjutnya tersebut isinya adalah pengembangan teori, yang lebih banyak pada pendukung atau pengokohan sebuah teori yang didasarkan atau diacu pada bab 1 ini sebagai patokan pengembangannya.

Pada *Bab kedua* memuat kajian pustaka, pada bab ini peneliti menjelaskan teori dan konsep dari pakar serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus pertanyaan penelitian. Kajian teori dari penelitian ini menjelaskan konsep strategi *public relations* pendidikan yang meliputi tujuan, fungsi, ruang lingkup, dan sasaran *public relations*. Juga membahas tentang konsep hubungan sekolah dengan masyarakat. Bab ini berisi teori-teori tentang strategi *public relations* dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat, juga terdapat pembahasan terkait penelitian terdahulu dan paradigma penelitian yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Selanjutnya pada *Bab ketiga* merupakan metode penelitian yang mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian. Lebih jelasnya bab ini adalah penguraian tentang alasan penggunaan penelitian lapangan pendekatan kualitatif, multi kasus, posisi atau peran peneliti di lokasi penelitian, penjelasan keadaan secara konkrit lokasi penelitian, dan strategi penelitian yang digunakan agar dihasilkan penelitian ilmiah yang bisa dipertanggungjawabkan.

Adapun dalam *Bab keempat* berisi pemaparan data-data dari hasil penelitian tentang gambaran umum yang berkaitan dengan strategi *public relations* dalam rangka membangun hubungan sekolah dengan masyarakat di lembaga pendidikan. Bab ini memuat tentang paparan data, temuan penelitian, dan analisis lintas temuan . Dilanjutkan dengan *Bab kelima* yaitu pembahasan tentang hasil penelitian yang terkait dengan tema penelitian dengan cara penelusuran titik temu antara hasil penelitian yang merupakan realitas empiris pada bab 4 dikaitkan dengan teori yang sudah ada di bab 2 dengan menggunakan analisis serta pemaknaan sesuai dengan metode pada bab 3. Dengan artian pada bab ini dilakukan pembahasan secara holistik dengan cara menganalisa data dan melakukan pengembangan gagasan yang didasarkan pada bab-bab sebelumnya.

Sebagai bab terakhir yaitu *Bab keenam* adalah penutup yang berisi kesimpulan, implikasi dan saran-saran atau rekomendasi. Bab ini berisi tentang inti sari dari hasil penelitian, kemudian dijabarkan implikasi teoritis dan praktis dari hasil penelitian ini yang ditindak lanjuti dengan pemberian beberapa rekomendasi ilmiah, kemudian dilanjutkan dengan daftar rujukan dan lampiran-lampiran.