

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan adalah proses dalam merubah jiwa anak dengan cara mengarahkan dan membimbing potensi yang dimiliki anak secara optimal. Pendidikan membantu individu dalam pembentukan kepribadian yang berkualitas baik jasmani maupun rohani. Peranan pendidikan sangat besar dalam mempersiapkan generasi penerus bangsa agar mudah berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya seperti keluarga, masyarakat, sekolah, bangsa dan negaranya dan melakukan semua aktivitas.²

Keberhasilan proses pendidikan ditentukan oleh hubungan antara sekolah dan masyarakat, bagaimana partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan dalam mengemban tugasnya. Kerja sama antara sekolah dan masyarakat menjadi kebutuhan mendasar karena memiliki dampak signifikan pada kemajuan pendidikan secara keseluruhan termasuk peningkatan prestasi belajar siswa.³

Hubungan masyarakat (humas) dalam pendidikan merupakan mediator antara sekolah dengan publiknya. Berbicara mengenai humas tentu saja tertuju pada hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi, kolaborasi,

² Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan* (Bandung : Alfabeta, 2017), hal. 1.

³ Ilham Nur Kholiq dan dan Muhammad Shiroton Khoiri, Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, Volume 1, Nomor 1, September 2019, hal. 4.

konferensi, informasi, dan *public relation*.⁴ Humas berperan dalam membangun citra dan kepercayaan publik, mengkomunikasikan dan menyebarluaskan praktik lembaga pendidikan sehingga masyarakat tertarik bergabung dan mau menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut. Tentu saja humas sangat dibutuhkan agar terjalin komunikasi antara pihak sekolah dengan masyarakat.

Beberapa kasus yang muncul dapat dilihat bahwa suatu lembaga pendidikan yang tidak dapat melanjutkan proses pendidikan dan program-programnya karena tidak mendapat dukungan dari masyarakat. Di sisi lain, terdapat sekolah yang menempatkan masyarakat sebagai sasaran untuk diambil keuntungan finansialnya saja, sehingga membuat masyarakat menjadi kecewa. Ketika permasalahan itu terjadi, masyarakat akan enggan menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut. Bagi lembaga pendidikan yang hanya berupaya memberikan kebutuhan sesaat, akan terancam tersisihkan dari lingkungan masyarakat. Maka dari itu, hubungan sekolah dengan masyarakat harus dikelola dalam lingkungan yang harmonis. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap sekolah. Di sinilah masyarakat perlu diberi pengertian akan kebutuhan dan kegiatan yang diselenggarakan sekolah agar sekolah tahu dan masyarakat akan terdorong dan bersedia bekerja sama dalam rangka peningkatan dan pengembangan kuantitas yang tetap berorientasi pada kualitas.

⁴ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hal. 26.

Dilihat dari adanya persaingan antara lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, banyak sekolah-sekolah kejuruan yang membuka jurusan-jurusan baru dan program-program unggulan, membuat sekolah-sekolah yang tidak melakukan perbaikan dan perubahan dalam meningkatkan kualitasnya, mengakibatkan sekolah tersebut ditinggalkan oleh masyarakat. Sekolah sebagai lembaga pendidikan yang menawarkan produk berupa jasa dan layanan harus bisa mengambil hati dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa lembaga pendidikan yang dikelola adalah lembaga pendidikan yang tepat. Oleh sebab itu, perlu adanya strategi promosi pendidikan. Sebuah lembaga pendidikan hendaknya bisa merancang dan menetapkan strategi-strategi bauran pemasaran apa yang kira mampu dapat meyakinkan pengguna jasa pendidikan, seperti merencanakan program, menjabarkan visi-misi, serta melaksanakan program-program. Strategi marketing pendidikan melalui promosi yang dipandang sebagai suatu komunikasi di bidang pemasaran yang juga tidak hanya berfokus pada memperkenalkan produk, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kepuasan dapat diraih. Oleh karenanya, promosi merupakan variabel tepat yang dapat diaplikasikan dalam memasarkan serta mensosialisasikan suatu lembaga pendidikan sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

Upaya mempromosikan lembaga pendidikan merupakan tindakan tepat yang dapat diambil untuk membangun kerja sama erat antara lembaga pendidikan dan masyarakat (publik). Hal ini bertujuan agar perkembangan lembaga pendidikan dapat dikenal dan diapresiasi oleh masyarakat sebagai

konsumen atau pengguna layanannya. Konsep promosi yang dimaksud di sini merujuk pada langkah-langkah yang diambil sekolah untuk mengenalkan atau membentuk persepsi positif di kalangan masyarakat terkait lembaga pendidikan tersebut. Meskipun istilah promosi sering kali lebih terkait dengan dunia bisnis atau pemasaran. Intinya adalah bagaimana lembaga pendidikan mengelola hubungannya dengan masyarakat dan menciptakan persepsi yang positif tentang lembaga pendidikan, baik dari sudut pandang pihak internal maupun eksternal.

Promosi juga bermanfaat untuk menyebarkan informasi mengenai suatu lembaga pendidikan dan dapat menarik minat peserta didik. Dengan penyebaran informasi mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, apalagi teknologi sekarang ini yang semakin canggih sangat membantu dalam komunikasi dan penyebaran informasi di lembaga pendidikan. Hampir seluruh sektor pekerjaan telah mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi komunikasi. Ini juga berlaku untuk profesional di bidang *public relation* yang saat ini dapat menjaga relevansi pekerjaan mereka berkat dukungan teknologi komunikasi. Sinergi pemanfaatan media promosi baik media cetak maupun online (media sosial) sangat menentukan keluasan persebaran informasi sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas promosi lembaga pendidikan.⁵

Penerimaan peserta didik baru atau PPDB menjadi suatu program/kegiatan tahunan berkelanjutan sebelum memulai tahun ajaran

⁵Dahlia Patiung, et al., Strategi Manajemen Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Satuan PAUD, Nanaeke: *Indonesian Journal on Early Childhood Education*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2019), hal. 133- 134.

baru yang diselenggarakan oleh setiap sekolah baik sekolah negeri maupun swasta pada jenjang tertentu dengan peraturan yang telah ditentukan. Setiap tingkatan sekolah menggunakan strategi tersendiri dalam pelaksanaan PPDB. Sekolah perlu merancang strategi yang tepat untuk menarik siswa berkualitas guna meningkatkan input sekolah. Penerimaan peserta didik baru dengan sistemnya digunakan untuk mengevaluasi input sekolah guna mendukung perkembangan sekolah dan meningkatkan perencanaan serta pelaksanaan kegiatan pendidikan di masa mendatang.⁶

SMKN 1 Boyolangu adalah salah satu sekolah kejuruan di Kabupaten Tulungagung yang memiliki akreditasi “A” yang setiap tahunnya mampu menerima peserta didik dengan kuantitas banyak. SMK ini menjadi salah satu SMK yang banyak diminati oleh peserta didik karena menyediakan jurusan beragam yang mampu diserap oleh dunia kerja serta program-program unggulan sebagai SMK Pusat Unggulan Sektor Ekonomi Kreatif. Banyak prestasi-prestasi yang diraih oleh siswa-siswi SMKN 1 Boyolangu baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. SMKN 1 Boyolangu menjadi salah satu sekolah yang telah berhasil dalam pengelolaan hubungan masyarakat.⁷

Humas SMKN 1 Boyolangu memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan masyarakat maupun pihak lain dengan melibatkan mereka dalam program maupun kegiatan. Hal ini dibuktikan dengan program-program unggulan seperti kampung bahasa, bekerja dan kuliah di Jepang dan

⁶Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar, *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 1 (2019), hal. 66.

⁷Observasi dari Website dan Sosial Media SMKN 1 Boyolangu, Diakses pada 10 September 2023 pukul 13:00 WIB.

Jerman, meraih predikat sebagai SMK *Center of Excellence*, serta memiliki bursa kerja khusus yang bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan. Selain itu adanya program Prakerin atau PKL (Praktik Kerja Lapangan) SMKN 1 Boyolangu yang selalu diterima baik oleh lembaga maupun perusahaan. Sekarang ini, humas SMKN 1 Boyolangu memiliki media digital yang semakin berkembang dalam penyebaran informasi dan komunikasi. Pemanfaatan media-media digital digunakan sebagai media promosi pendidikan dalam mengemas informasi-informasi tentang sekolah.⁸

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang mengangkat tema sama dengan penelitian ini memfokuskan rumusan masalah terkait perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, peran, dan aktivitas-aktivitas yang dilakukan humas dalam upaya mempromosikan lembaga pendidikan. Dalam penelitian yang penulis lakukan ini lebih spesifik dengan memfokuskan pada program-program unggulan yang memiliki keunikan dibanding dengan lainnya, media-media promosi yang digunakan sesuai dengan perkembangan teknologi, dan langkah-langkah/strategi khusus yang dilakukan oleh lembaga pendidikan tersebut dalam upaya menarik, mengenalkan, serta memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan pendidikan terhadap jasa dan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, dalam penelitian ini penting dilakukan karena SMKN 1 Boyolangu memiliki bukti bahwa memiliki nilai keunggulan di mata masyarakat sehingga masyarakat mempercayakan anak-anaknya untuk melakukan

⁸ Observasi dari Website dan Sosial Media SMKN 1 Boyolangu, Diakses pada 10 September 2023 pukul 13:00 WIB.

proses pendidikan di sekolah tersebut. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu**”.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempertajam penelitian kualitatif harus menetapkan fokus penelitian. Fokus penelitian sangat penting dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana program-program humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu ?
2. Bagaimana media-media yang digunakan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu?
3. Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan program-program humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik di SMKN 1 Boyolangu.
2. Untuk mendeskripsikan media-media yang digunakan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu.

3. Untuk mendeskripsikan strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian tentang Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu dalam bidang manajemen humas.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen humas khususnya dalam promosi penerimaan peserta didik baru.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Kepala Sekolah

Hasil penelitian ini dapat membantu kepala sekolah dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi promosi PPDB secara lebih efektif, sehingga dapat menarik lebih banyak calon siswa dan meningkatkan citra positif sekolah.
 - b. Bagi Staf Humas

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan penerapan hubungan masyarakat untuk meningkatkan kualitas promosi PPDB yang lebih baik.

c. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada siswa tentang praktik manajemen humas, mendorong sikap atau perilaku untuk mempertahankan citra positif sekolah, dan memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman pendidikan siswa secara keseluruhan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam menyelesaikan karya ilmiah bidang manajemen pendidikan islam terkait manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru.

e. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih dalam kepada pembaca terkait praktik manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam penyusunan penelitian bertujuan untuk memberikan penjelasan definisi yang tepat dan batasan istilah yang digunakan agar tidak terjadi salah penafsiran.

1. Penegasan Konseptual

a. Manajemen Humas

Manajemen humas merupakan suatu rangkaian tindakan yang telah direncanakan dan sistematis yang diterapkan oleh lembaga

pendidikan untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan hubungan positif dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan termasuk peserta didik, orang tua, guru, staf, alumni, dan komunitas sekitar.⁹ Tujuan dari manajemen humas ini adalah untuk menciptakan komunikasi yang efektif, menentukan *audiens* yang relevan, merumuskan pesan yang tepat, serta memilih metode komunikasi yang efektif. Semua ini dilakukan dengan maksud untuk mempromosikan citra positif lembaga pendidikan dan layanan/jasa pendidikan yang disediakan.

Manajemen humas pendidikan melibatkan berbagai kegiatan seperti menyelenggarakan acara informasi, memanfaatkan media sosial, menyusun materi komunikasi, serta memberikan tanggapan terhadap pertanyaan dan masukan dari pihak yang terkait.¹⁰ Semua langkah ini dilakukan dengan tujuan mendukung pencapaian tujuan pendidikan yang ditetapkan oleh lembaga tersebut. Hal ini bisa mencakup meningkatkan partisipasi dan minat siswa, dukungan terhadap proses pembelajaran, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pendidikan.

b. Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru

Promosi adalah suatu proses yang melibatkan penyebaran informasi, upaya untuk mempengaruhi dan membujuk calon konsumen atau peserta didik terhadap produk atau jasa yang

⁹ Soemarsono, *Manajemen Humas Pendidikan* (Prenadamedia Group, 2018), hal. 2.

¹⁰ Wilcox, D.L. Cameron, G.T. & Reber, B.H, *Public Relation : Strategis and Tactics* , 11 th Ed, Pearson, 2006.

ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan agar konsumen siap menerima, membeli dan loyal terhadap produk/jasa lembaga pendidikan.¹¹ Promosi penerimaan peserta didik baru bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat siswa, partisipasi, mendukung perkembangan sekolah, dan diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pendidikan di masa mendatang.

Promosi PPDB dapat diambil berbagai bentuk termasuk penggunaan iklan di berbagai media seperti televisi, radio, internet, media sosial, koran, majalah, billboard, brosur, dan lain sebagainya. Promosi juga melibatkan peristiwa, prestasi, atau aktivitas tertentu yang terkait dengan sekolah. Selain itu melibatkan alumni dalam proses promosi pendidikan juga memiliki dampak signifikan, karena kesaksian dari orang yang pernah mengalami pendidikan di lembaga tersebut sering kali meyakinkan. Promosi PPDB dapat dilakukan dalam beberapa jalur seperti zonasi, afirmasi, prestasi, dan perpindahan orang tua.

2. Penegasan Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu” adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh praktisi humas dalam mempromosikan SMKN 1 Boyolangu melalui program maupun kegiatan yang

¹¹ Ramsiah Tasaruddin, Strategi Promosi Periklanan yang Efektif, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1 (Desember 2015), hal.109.

diselenggarakan oleh sekolah dengan memanfaatkan media-media atau fasilitas yang disediakan sekolah. Adanya program-program, kegiatan yang melibatkan masyarakat, serta ditunjang dengan media-media publikasi dapat meningkatkan kualitas promosi sehingga dapat menarik minat peserta didik dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk mempermudah dan memberikan gambaran terhadap maksud yang terkandung pada skripsi. Untuk mempermudah menyusun proposal ini, dibagi beberapa bagian yang dilengkapi dengan pembahasan-pembahasan yang sistematis meliputi bagian awal, bagian inti (utama), dan bagian akhir. Sistematika pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal ini meliputi halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, pernyataan keaslian tulisan, motto, lembar persembahan, prakata, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak, dan daftar isi.

2. Bagian Utama (inti)

Pada bagian ini terbagi menjadi enam bab sebagai berikut :

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab I berisi tinjauan permasalahan yang akan dibahas, yaitu terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan

penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

Konteks penelitian berisi tentang penjelasan mengenai permasalahan yang diteliti dan alasan-alasan penting perlu diadakan penelitian terkait Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu.

Fokus penelitian memaparkan pembatasan masalah penelitian yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan terkait judul penelitian. Adapun pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi bagaimana program-program, media-media, dan strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu.

Tujuan penelitian merupakan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian digunakan untuk mengetahui program-program, media-media, dan strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu.

Kegunaan penelitian memaparkan tentang manfaat-manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian tentang manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu.

Sementara itu, penegasan istilah terdiri dari penegasan secara konseptual yang diambil dari teori para ahli dan penegasan

operasional merupakan definisi yang dapat diamatai sesuai dengan tema yang diteliti.

Adapun sistematika pembahasan menjelaskan urutan-urutan yang akan dibahas dalam penyusunan skripsi dalam bentuk narasi singkat masing-masing bab.

b. Bab II Kajian Pustaka

Pada bab II berisi kajian teoritis, penelitian-penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian. Dalam kajian teori berfungsi untuk melihat acuan teori yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian.

Kajian pustaka dalam penelitian ini yaitu deskripsi teori-teori yang menjelaskan secara keseluruhan tentang Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu secara detail.

Selanjutnya terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang berisi hasil-hasil penelitian yang memiliki tema sama atau relevaan dengan penelitian Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu. Setelah itu dibuatkan tabel perbandingan penelitian yang membahas persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, serta novelty/kebaruan penelitian yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Urutan selanjutnya yaitu paradigma penelitian yang dipaparkan dalam bentuk gambar atau skema yang tersusun

sistematis berangkat dari suatu fakta atau fenomena yang terjadi kemudian melakukan sinkronisasi terhadap teori-teori yang berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru sehingga diperoleh hasil.

c. Bab III Metode Penelitian

Pada bab III berisi rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

Rancangan penelitian memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, serta alasan peneliti menggunakan pendekatan tersebut. Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti menjadi instrumen kunci atau menjadi peran utama untuk mendapatkan data sebanyak mungkin dan mencari keabsahan data. Adapun lokasi penelitian menjelaskan tentang letak geografis sekolah, keunggulan atau keunikan-keunikan yang menjadi daya tarik sekolah, serta alasan peneliti mengambil lokasi penelitian ini. Sementara itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari sumber data primer dan sekunder yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang pelaksanaannya beracuan pada pedoman pedoman-pedoman penelitian. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik kondensasi data, penyajian data, dan

penarikan kesimpulan. Sementara itu, pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi yang terdiri dari triangulasi teknik, sumber, dan aktu, serta analisis kasus negatif

d. Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab IV peneliti membahas tentang deskripsi data, temuan-temuan penelitian, dan analisis data sesuai dengan fokus penelitian atau pertanyaan-pertanyaan.

Deskripsi data pada bab ini adalah pemaparan dan penyajian data berdasarkan fakta atau realitas yang terjadi terkait manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu. Data tersebut diperoleh peneliti dengan kegiatan observasi non partisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selanjutnya pada temuan-temuan penelitian dijelaskan secara terpirinci sesuai dengan fokus penelitian kemudian di analisis.

e. Bab V pembahasan hasil penelitian

Pada bab V membahas keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori, dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan maupun hasil analisis dengan penelitian-penelitian terdahulu, atau bahkan dapat menemukan suatu teori atau temuan baru.

f. Bab VI Penutup

Pada bab VI penutup memuat tentang kesimpulan pada temuan-temuan penelitian. Kesimpulan merupakan uraian singkat dari hasil temuan-temuan penelitian. Sedangkan saran merupakan pernyataan peneliti sebagai pertimbangan dan masukan berdasarkan hasil-hasil temuan yang ditujukan kepada beberapa pihak untuk dijadikan sebagai bahan perbaikan atau evaluasi maupun digunakan sebagai kajian bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagian akhir

Pada bagian akhir berisi tentang daftar rujukan yang digunakan oleh peneliti dari beberapa sumber referensi, lampiran-lampiran penting yang meliputi dokumen-dokumen/data sekolah, pedoman penelitian, surat izin penelitian, dokumentasi kegiatan, surat selesai bimbingan, form konsultasi bimbingan, serta biodata penulis sebagai pelengkap.