

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi adalah perencanaan kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi bukanlah tindakan spontan, melainkan hasil dari pemikiran yang matang dan analisis yang mendalam. Setiap langkah harus direncanakan dengan seksama untuk memastikan pencapaian tujuan. Strategi bukan hanya tentang kondisi saat ini, tetapi juga tentangantisipasi terhadap perubahan di masa depan. Strategi dalam lembaga pendidikan adalah suatu rencana tindakan yang komprehensif dan terencana untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Strategi merupakan serangkaian langkah yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, meningkatkan kinerja siswa, dan meningkatkan relevansi lembaga pendidikan terhadap kebutuhan dunia kerja dan masyarakat. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.¹

Strategi *Blue Ocean* dipilih karena dianggap sebagai pendekatan yang inovatif dan relevan dengan tantangan yang dihadapi oleh sekolah pada era saat ini. Strategi *Blue Ocean* adalah konsep teori yang diperkenalkan oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne. Konsep teori ini mengajak organisasi untuk keluar dari persaingan yang sudah ada (*Red Ocean*) dan menciptakan pasar baru yang belum terjamah (*Blue Ocean*). Dalam konteks sekolah, strategi ini berarti mencari cara-cara baru dan inovatif untuk membedakan diri dari sekolah lain, bukan hanya bersaing untuk mendapatkan siswa yang sama.²

Dengan menerapkan strategi *Blue Ocean*, SMKN 1 Boyolangu diharapkan dapat membedakan diri dari sekolah lain, menawarkan program studi atau layanan yang unik dan berbeda, menciptakan pasar baru, menarik

¹Husein Umar, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Erlangga, 2005), hal. 9

²W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy*, (Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2010), hal. 10

siswa yang sebelumnya tidak mempertimbangkan SMK sebagai pilihan, meningkatkan nilai persepsi masyarakat dan membuat sekolah lebih dikenal dan dihargai. Di tengah banyaknya pilihan sekolah, setiap institusi perlu memiliki keunikan yang membedakannya dari yang lain. Tidak hanya kualitas akademik, tetapi juga faktor-faktor lain seperti fasilitas, program ekstrakurikuler, dan relevansi dengan dunia kerja menjadi pertimbangan utama siswa dan orang tua. Perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan pasar kerja menuntut sekolah untuk terus berinovasi.

Strategi *Blue Ocean* hadir sebagai solusi yang menawarkan cara baru untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Dengan menciptakan pasar baru yang belum terjamah, sekolah dapat menghindari persaingan langsung. Alih-alih bersaing memperebutkan siswa yang sama, sekolah dapat menciptakan segmen pasar baru yang belum terlayani. Sekolah yang dianggap inovatif dan relevan dengan kebutuhan zaman akan lebih menarik minat siswa dan masyarakat. Dengan strategi *Blue Ocean*, sekolah dapat keluar dari persaingan yang sudah ada dan menciptakan pasar baru serta sekolah dapat membangun keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

Humas merupakan bagian penting dalam lembaga pendidikan. Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara suatu lembaga pendidikan dengan berbagai anggota seperti pihak Internal yang meliputi siswa, guru, pegawai, pimpinan lembaga, dan lain-lain. Serta pihak eksternal yang meliputi orang tua, alumni, pemerintah, media massa, dan masyarakat umum. Humas merupakan bagian penting dalam lembaga pendidikan. Humas membantu membangun citra positif, menjalin komunikasi yang efektif, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan.³ Secara teknis, humas lembaga pendidikan mengacu pada teknik kehumasan seperti menulis, memotret, mengedit, memberi komentar, membuat acara khusus, menjalin kontak telepon dengan media, dan menangani produksi komunikasi. Teknik kehumasan ini diberi tanggung jawab untuk mengelola kehumasan agar pesan-pesan komunikasi yang disampaikan dapat benar-benar diketahui dan dipahami

³Juhji dkk, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung : Widiana Bhakti Persada, 2020), hal. 3

oleh masyarakat dan orang tua siswa serta memperoleh citra positif di masyarakat. Munculnya beberapa lembaga pendidikan baru di lingkungan masyarakat tentunya menimbulkan tantangan baru dalam memajukan lembaga-lembaga tersebut baik di lingkungan masyarakat sekitar maupun di luarnya. Yang penting di sini adalah menjadikan bagian kehumasan suatu lembaga pendidikan dapat berperan secara profesional, menangani masalah-masalah teknis, dan mengelola kehumasan. Manajemen hubungan masyarakat untuk lembaga pendidikan membantu lembaga pendidikan mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan hubungan masyarakat, seperti bagaimana mempromosikan lembaga di masyarakat dan mendapatkan kepercayaan dan kredibilitas ketika menyekolahkan anak ke lembaga tersebut.⁴ Hubungan masyarakat sekolah didasarkan pada proses komunikasi dua arah yang komprehensif yang menggabungkan opini publik internal dan eksternal untuk meningkatkan pemahaman tentang peran, tujuan, pencapaian, dan kebutuhan organisasi. Hubungan masyarakat di sekolah adalah tentang menemukan aspek terbaik dari sekolah dan menerima pesan-pesan positif untuk mendapatkan dukungan masyarakat.⁵

Di era digital saat ini, reputasi sekolah menjadi semakin penting. Reputasi yang baik membantu sekolah menarik siswa baru, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Para orang tua pasti ingin menyekolahkan anaknya ke sekolah yang baik. Setiap sekolah pasti menciptakan merek. Penciptaan merek biasanya diwujudkan dalam logo, simbol, atau nama organisasi sekolah dan dimaksudkan sebagai tanda pengenal. Situasi ini tercipta dari cara lembaga menjalankan kegiatan operasional berbasis layanannya. Reputasi juga terbentuk berdasarkan kesan dan pengalaman yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal, sehingga membangun sikap mental. Kata lain dari reputasi, misalnya image, adalah gambaran keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu benda. Reputasi merupakan salah satu hal penting dalam pengembangan dan pengelolaan lembaga pendidikan khususnya di Sekolah Menengah

⁴Juhji dkk, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*,....., hal. 2

⁵Adil Coruk, Pendapat Kepala Sekolah tentang Praktik Hubungan Masyarakat di Sekolah, *International Journal of Progressive Education*, Vol. 14 No. 2, (2018), hal. 138

Kejuruan / SMK. Hal ini erat kaitannya dengan kepercayaan masyarakat dan keberlangsungan program di masa depan. Reputasi sekolah menengah kejuruan perlu diusahakan secara berkesinambungan dan terencana dengan baik. Keterlibatan seluruh pemangku kepentingan dalam mendukung pencapaian reputasi sekolah sangatlah diperlukan dan harus terus ditingkatkan. Hubungan dan komunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan perlu dibangun dengan baik, sehingga saling mendukung dalam mencapai upaya membangun reputasi. Membangun reputasi Sekolah Menengah Kejuruan merupakan upaya berkelanjutan yang harus direncanakan dengan baik, dipantau dan dievaluasi secara berkala dan dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh pemangku kepentingan. Seluruh aspek perlu dicermati dan dikembangkan strategi pencapaiannya yang dapat mendukung peningkatan reputasi lembaga pendidikan.⁶

Reputasi yang baik bagi suatu lembaga pendidikan dapat dibangun melalui pelayanan pendidikan yang berkualitas dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Peningkatan kinerja manajemen kehumasan juga menjadi salah satu poin penting dalam peningkatan evaluasi sosial. Semakin baik reputasi sekolah di masyarakat maka semakin besar pula partisipasi masyarakat terhadap sekolah tersebut. Sebagai sebuah organisasi, sekolah dan reputasi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Reputasi diciptakan melalui proses informal yang bervariasi tergantung pada kekuatan dan kredibilitas sumbernya. Tingkat kepercayaan suatu objek terhadap suatu sumber merupakan salah satu prinsip untuk menerima atau menolak informasi. Reputasi merupakan pandangan suatu lembaga dan diperoleh dari penilaian objektif masyarakat terhadap tindakan, perilaku, dan etika lembaga tersebut dalam masyarakat. Reputasi suatu lembaga pendidikan dimulai dari identitasnya dan tercermin dalam kepemimpinan dan namanya.

Selain itu, reputasi suatu sekolah juga dipengaruhi oleh bentuk non fisik dan sarana fisik seperti peralatan, keterampilan guru, kekuatan finansial sekolah, lokasi, akses, media seperti website dan pamflet, serta berbagai acara

⁶Paula Tjatoerwidya Anggarina dkk, Membangun Reputasi Perguruan Swasta Berbasis Tentang Kinerja Penelitian Dosen Dan Mahasiswa, *Jurnal Internasional Penerapan Ekonomi dan Bisnis (IJAEB)*, Jilid 1, Edisi 2, (2023), hal. 695

yang diselenggarakan oleh sekolah. Reputasi fisik dapat diketahui melalui logo dan gambar suatu lembaga, sarana dan prasarananya, kinerja pendidik dan tenaga pengajarnya, serta bangunan sekolah. Salah satu elemen kunci dalam membangun reputasi adalah periklanan. Hal ini bertujuan untuk membujuk pemangku kepentingan agar memberikan tanggapan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Reputasi adalah tujuan utama humas. Oleh karena itu, diperlukan seorang humas yang baik yang dapat merancang strategi pengelolaan informasi, menciptakan saluran informasi, dan memperhatikan strategi pengelolaan informasi yang tepat sasaran guna untuk meningkatkan reputasi sekolah. Reputasi sekolah juga penting untuk memastikan bahwa siswa berbakat mempunyai kesempatan untuk bersekolah di sekolah tersebut. Dengan cara ini daya saing sekolah akan terus meningkat.⁷

SMK merupakan lembaga pendidikan kejuruan yang bertujuan untuk mempersiapkan peserta didik menjadi tenaga kerja yang kompeten dan mandiri dengan mengutamakan keterampilan dan kemampuan pada bidang tertentu sesuai jurusannya. Sekolah kejuruan ini dirancang khusus untuk mengajarkan keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja. SMK fokus pada pendidikan vokasi, tidak hanya mengajarkan pengetahuan teoritis tetapi juga melatih siswa dalam bidang teknis dan soft skill yang berkaitan dengan profesinya. Selain pendidikan umum, SMK juga mendidik dan melatih lulusan SMK dalam keterampilan khusus, atau pengetahuan khusus pada bidang tertentu, sehingga setelah lulus mereka dapat langsung memasuki dunia kerja.⁸

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap SMK berkurang, hal tersebut dapat terjadi karena adanya image SMK hanya diperuntukkan bagi lulusan yang ingin bekerja setelah menyelesaikan studinya tanpa melanjutkan ke perguruan tinggi. Seringkali siswa SMK dianggap memiliki perilaku buruk oleh masyarakat seperti mudah berkelahi atau sering tawuran. Stereotipe siswa SMK yang sering berkelahi atau tawuran telah merusak citra SMK secara keseluruhan. Pada umumnya masyarakat

⁷Akhmad Farizal dkk, Pembangunan Citra Melalui Manajemen Hubungan Umum: Studi Kasus Sekolah Dasar Swasta di Bantul, *International Journal of Educational Management and Innovation*, Vol.2, No.1, (2021), hal. 30 - 34

⁸Refly Sumendap, Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano, *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, Vol. 07, No. 03, (2021), hal. 1.435 - 1.436

masih menilai bahwa sekolah selain SMK seperti di SMA atau MAN memiliki lulusan yang lebih baik dan bisa dengan mudah melanjutkan ke perguruan tinggi. Persepsi bahwa lulusan SMK hanya ditujukan untuk dunia kerja seringkali menjadi penghalang bagi siswa berprestasi untuk memilih SMK. Selain pandangan bahwa SMK hanya untuk siswa yang tidak pintar atau ingin langsung bekerja, stigma negatif lainnya seperti lingkungan sekolah yang kurang kondusif, fasilitas yang kurang memadai, dan kualitas lulusan yang rendah juga turut memperkuat persepsi negatif ini.

Meskipun ada upaya untuk menyesuaikan kurikulum SMK dengan kebutuhan industri, namun masih banyak kurikulum yang dianggap kurang relevan dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar kerja. Metode pembelajaran yang masih konvensional dan kurang menarik dapat membuat siswa merasa bosan dan tidak termotivasi untuk belajar. Ketersediaan tempat praktik kerja yang terbatas dan kualitas bimbingan selama praktik kerja juga menjadi kendala. Masih banyak sekali masyarakat yang memiliki informasi terbatas atau bahkan salah mengenai SMK.⁹

Mereka sering kali tidak mengetahui perkembangan terbaru SMK, seperti adanya program-program link and match dengan industri, serta peluang melanjutkan untuk studi ke perguruan tinggi. Pengaruh orang tua sangat besar dalam menentukan pilihan pendidikan anak. Jika orang tua memiliki pandangan negatif terhadap SMK, maka kemungkinan besar anak mereka akan memilih sekolah lain. Faktor ekonomi juga menjadi pertimbangan. Beberapa orang tua mungkin lebih memilih anaknya untuk bekerja setelah lulus SMK daripada berkuliah agar dapat membantu perekonomian keluarga. Persaingan yang ketat dengan SMA dan MAN membuat SMK harus bekerja ekstra keras untuk menarik minat siswa baru.

Berdasarkan penelitian terdahulu strategi *Blue Ocean* telah berhasil diterapkan dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada sektor bisnis dan perusahaan besar. Studi yang secara khusus mengkaji penerapan strategi *Blue Ocean* dalam

⁹Mochamad Sobari dkk, Keterlibatan Industri Dalam Pengembangan Kurikulum Pada Tingkat SMK, *Jurnal Education and Development*, Vol. 11, No. 3, (2023), hal. 230

konteks pendidikan kejuruan di Indonesia, seperti di SMKN 1 Boyolangu, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan studi kasus mendalam terhadap SMKN 1 Boyolangu.

Berdasarkan realita yang terjadi pada SMKN 1 Boyolangu, humas sangat berperan untuk mengatasi hal tersebut dalam membangun reputasi sekolah, ada banyak sekali program yang dibuat humas untuk meningkatkan reputasi sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat. Berbagai program kreatif telah dibuat oleh humas SMKN 1 Boyolangu dalam menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra putri mereka ke SMK tersebut.

Pemilihan SMKN 1 Boyolangu sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, SMKN 1 Boyolangu memiliki reputasi yang baik sebagai sekolah unggulan di wilayah Tulungagung, sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan sekolah-sekolah serupa, namun demikian sekolah ini masih terus berupaya meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat. Kedua, sekolah ini memiliki program keahlian yang cukup beragam dibandingkan SMK lain yang berada di kabupaten Tulungagung, sehingga menjadi objek yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Ketiga, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan efektivitas strategi humas di SMKN 1 Boyolangu dan sekolah lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi *Blue Ocean* Humas dalam Membangun Reputasi Sekolah: Studi Kasus di SMKN 1 Boyolangu”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Hal ini bertujuan untuk membatasi penelitian kualitatif dan membatasi penelitian pada pemilihan data yang relevan dan tidak relevan. Fokus penelitian memuat rincian pertanyaan

tentang cakupan atau topik- topik yang akan diungkap atau digali dalam penelitian. Fokus penelitian merupakan garis besar dari pengamatan penelitian, sehingga observasi dan analisa hasil penelitian lebih terarah.¹⁰

Berdasarkan paparan di atas, peneliti memfokuskan penelitian ini pada strategi *Blue Ocean* yang dilakukan oleh humas dengan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merekonstruksi batasan pasar dalam membangun reputasi sekolah ?
2. Bagaimana rangkaian strategis dalam membangun reputasi sekolah ?
3. Bagaimana skema Hapuskan, Kurangi, Tingkatkan dan Ciptakan (H-K-T-C) dalam membangun reputasi sekolah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan merekonstruksi batasan pasar dalam membangun reputasi sekolah.
2. Untuk mendeskripsikan rangkaian strategis dalam membangun reputasi sekolah.
3. Untuk mendeskripsikan skema Hapuskan, Kurangi, Tingkatkan dan Ciptakan (H-K-T-C) dalam proses membangun reputasi sekolah.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang ingin dicapai penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Kegunaan ilmiah

Sebagai suatu karya ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang signifikan dikalangan para pemikir dan intelektual. Disamping itu dapat menjadi referensi atau bahan rujukan untuk peneliti dalam studi penelitian yang sama.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2022), hal. 207

2. Kegunaan praktis

1) Bagi Sekolah:

- a) Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi humas SMKN 1 Boyolangu dalam mengembangkan program dan kegiatan yang lebih efektif untuk membangun reputasi sekolah.
- b) Penelitian ini dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di SMKN 1 Boyolangu dan sekolah-sekolah lain yang serupa.
- c) Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kebijakan bagi sekolah, dinas pendidikan, atau pembuat kebijakan lainnya terkait dengan penerapan strategi *Blue Ocean*.

2) Bagi murid:

- a) Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran murid tentang pentingnya reputasi sekolah dan bagaimana hal itu mempengaruhi kualitas pendidikan mereka.

3) Bagi praktisi humas:

- a) Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi praktisi humas dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk membangun reputasi organisasi.
- b) Rekomendasi penelitian dapat membantu praktisi humas dalam meningkatkan kinerja dan profesionalisme.

4) Bagi pembaca:

- a) Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang peran humas dalam membangun reputasi sekolah.
- b) Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana sekolah dapat menerapkan strategi *Blue Ocean* untuk meningkatkan reputasi mereka.

5) Bagi peneliti selanjutnya:

- a) Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya tentang penerapan strategi *Blue Ocean* di bidang pendidikan.

- b) Peneliti selanjutnya dapat membandingkan hasil penelitian ini dengan hasil penelitian lain untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi.

3. Kegunaan Teoritis

a. Kontribusi pada pengembangan teori

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang penerapan strategi *Blue Ocean* dalam konteks pendidikan, khususnya SMK.

b. Pengujian teori yang ada

Penelitian ini dapat menguji sejauh mana teori strategi *Blue Ocean* dapat diterapkan dan memberikan hasil yang sesuai dalam konteks pendidikan di Indonesia.

c. Pengembangan kerangka kerja baru

Penelitian ini dapat menghasilkan kerangka kerja baru untuk menganalisis penerapan strategi *Blue Ocean* dalam pendidikan.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

1) Strategi *Blue Ocean*

Strategi *Blue Ocean* adalah sebuah konsep bisnis (dalam konteks ini adalah lembaga pendidikan) yang mengajak perusahaan untuk keluar dari persaingan yang sudah ada (disebut "samudra merah" / *red ocean*) dan menciptakan pasar baru yang belum terjamah (disebut "samudra biru" / *Blue Ocean*).

2) Humas

Humas adalah singkatan dari hubungan masyarakat. Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan yang positif antara organisasi dengan publiknya.

3) Reputasi sekolah

Reputasi sekolah adalah persepsi atau pandangan masyarakat terhadap kualitas dan kinerja suatu sekolah. Reputasi yang baik dapat memberikan berbagai manfaat bagi sekolah.

2. Penegasan Operasional

Strategi berasal dari kata Yunani “*strategos*” yang dari kata “*stratus*” (militer) dan “*ag*” (kepemimpinan). Kegiatan atau aktivitas yang dapat dilakukan dalam mengembangkan rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang adalah definisi asli dari strategi.¹¹ Menurut Clausewitz dalam buku Yunus mengungkapkan bahwa strategi adalah seni memenangkan perang melalui pertempuran. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.¹²

Strategi *Blue Ocean* adalah gagasan bisnis yang mendorong perusahaan (dalam hal ini lembaga pendidikan) untuk memasuki pasar baru yang belum terjamah dan meninggalkan persaingan yang sudah ada, yang dikenal sebagai samudra merah / *red ocean*. Konsep dari *Blue Ocean strategy* adalah *value innovation*, yaitu cara mengalihkan diri dari persaingan red ocean yang kompetitif menuju pada *Blue Ocean* yang tidak relevan lagi. *Value innovation* berorientasi kepada seluruh sistem perusahaan untuk mempertemukan nilai yang diharapkan pembeli dengan perusahaannya.

Ruslan mengemukakan bahwa humas adalah kegiatan komunikasi dua arah timbal balik untuk kepentingan tertentu dengan memiliki kegiatan yang jelas.¹³

Menurut Charles J. Fombrun reputasi adalah sebuah gambaran mengenai hubungan antara identitas perusahaan, nama, dan citra.. Berdasarkan uraian di atas, reputasi merupakan persepsi yang terbentuk berdasarkan pengalaman, di mana hal tersebut membentuk suatu kepercayaan kepada pihak eksternal.

Sunarto Agung mengemukakan bahwa pada saat ini kata sekolah telah berubah artinya menjadi bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat memberi dan menerima pelajaran.

¹¹Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nass Media Pustaka, 2020), hal. 1.

¹²Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hal. 11-12.

¹³Dinda Septiana Elyus dan Muhamad Sholeh, Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 09, No. 2, Tahun (2021), hal. 285

VanWynsberghe & Khan mengemukakan bahwa Studi kasus merupakan transparadimatis dan transdisipliner yang melibatkan deretan fenomena-fenomena yang menjadi kumpulan bukti (berupa acara, konsep, program, proses, dan lain-lain). Sedangkan Qudsy dalam Creswell mengungkapkan Studi Kasus merupakan pendekatan kualitatif yang menelaah kasus tertentu dalam konteks kehidupan nyata.¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan memperoleh gambaran jelas dan menyeluruh tentang isi penulisan skripsi ini, maka penulis secara umum dapat merumuskan sistematika pembahasannya sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal proposal skripsi ini memuat hal hal yang bersifat formalitas tentang sampul depan, halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan penguji, pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, prakata, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak.

2. Bagian utama

Bagian utama terdiri dari:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari (a) konteks penelitian, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan penelitian, (e) penegasan istilah, dan (f) sistematika pembahasan. Pada bab ini menjelaskan tahap awal pembahasan skripsi yang akan dikaji di bab-bab berikutnya.

BAB II Kajian pustaka yang terdiri dari pembahasan mengenai (a) deskripsi teori, (b) penelitian terdahulu, dan (c) paradigma penelitian. Dalam penelitian terdahulu digunakan untuk membuktikan persamaan dan perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti sebelumnya. Dan dalam paradigma penelitian akan menggambarkan tentang alur penelitian.

BAB III Metode penelitian yang terdiri dari (a) rancangan penelitian, (b) kehadiran peneliti, (c) lokasi penelitian, (d) data dan sumber data, (e)

¹⁴ Nasarudin dkk, *Studi Kasus dan Multi Situs dalam Pendekatan Kualitatif*, (Sumatra Barat : CV Gita Lentera, 2024) hal. 5

teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan data, (h) tahapan penelitian.

BAB IV Hasil penelitian. Bab ini berisi tentang paparan data, temuan penelitian yang disajikan sesuai pertanyaan penelitian dan hasil analisis data.

BAB V Pembahasan. Berisi pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini membahas tentang keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori, dan dimensi-dimensi, posisi temuan yang didiskusikan dengan teori maupun hasil penelitian sebelumnya, serta penjelasan dari temuan teori yang diungkapkan di lapangan.

BAB VI Penutup. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan temuan-temuan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

3. Bagian akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran – lampiran, dan daftar riwayat hidup