

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat (humas) merupakan usaha untuk mempertahankan reputasi, citra, dan cara berkomunikasi yang baik antara lembaga dengan masyarakat, baik masyarakat internal maupun eksternal. Eksistensi dan keharmonisan antara lembaga dengan publiknya harus dijaga, maka dari itu diharapkan perlunya pemberdayaan masyarakat dan masukan dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai alat analisis lingkungan dalam mengoptimalkan strategi yang tepat untuk peningkatan citra lembaga. Hubungan masyarakat juga mempunyai tugas menjalin dan membina hubungan yang harmonis antar warga sekolah baik guru, staf, karyawan, maupun seluruh murid. Pada tingkat eksternal hubungan masyarakat juga harus mampu mengemas dan memasarkan lembaga sekolah ke pihak luar, atau yang dikenal dengan *image branding*. Kekhasan, keunikan, dan keunggulan sekolah perlu ditonjolkan ke masyarakat luas untuk mendapatkan image yang baik di mata masyarakat, seperti melalui program-program yang diselenggarakan oleh pihak hubungan masyarakat di suatu lembaga pendidikan.²

Lembaga pendidikan di era globalisasi seperti saat ini dituntut untuk memiliki manajemen dan layanan yang profesional terhadap masyarakat. Masyarakat dalam hal ini sudah menjadi konsumen lembaga pendidikan yang

² Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 135.

lebih kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Peningkatan minat dan kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan menjadi penyebab dari adanya hal ini. Sikap masyarakat yang demikian, pada akhirnya harus membuat lembaga pendidikan untuk lebih meningkatkan citranya sebagai lembaga pendidikan yang memiliki citra positif di masyarakat sehingga mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.³

Persaingan sehat antar lembaga pendidikan sudah semakin meningkat, maka dari itu lembaga pendidikan dituntut harus mampu memberikan layanan yang terbaik untuk peserta didik maupun masyarakat. Citra positif sangat diperlukan untuk memberikan profil lembaga pendidikan yang berkualitas. Hubungan masyarakat dengan ini berperan dalam membantu menyelesaikan tugas tersebut. Peran hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan adalah untuk mengelola opini publik agar tercipta opini publik yang menimbulkan kesan positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Citra merupakan sebuah ide dan kesan seseorang pada suatu objek. Citra juga merupakan gambaran dari benak seseorang tersebut. Citra dapat menjadi hal yang baik ataupun hal buruk. Menurut Kotler dan Keller dalam Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan karya Dewi Laras dan Ainur Rifqi, mereka mendefinisikan citra sebagai "Seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu objek. Terdapat tiga hal penting dalam citra yaitu

³ Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2012), 112.

kesan, objek, proses terbentuknya citra dan sumber terpercaya.”⁴ Objek merupakan individu maupun perusahaan yang terdiri dari sekelompok orang didalamnya. Citra sekolah akan memberikan pengaruh terhadap eksistensi suatu sekolah. Citra sekolah yang positif akan menghasilkan pengaruh yang positif antara sekolah dengan masyarakat. Citra yang positif adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh semua perusahaan dan lembaga pendidikan. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau organisasi.⁵ Membangun citra sekolah adalah semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara sekolah/madrasah dan masyarakat melalui usaha memperkenalkan sekolah dan seluruh kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah/madrasah memperoleh simpati masyarakat.⁶

Teori manajemen menjelaskan bahwa pembangunan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Strategi pencitraan adalah sebuah upaya yang tidak datang tiba-tiba dan tidak bisa direkayasa. Citra merupakan daya magnet bagi sebuah produk. *Image* positif terhadap sesuatu akan muncul jika publik percaya *trust* dan selanjutnya yakin bahwa suatu produk bisa memenuhi tuntutan emosional mereka, karena *trust* dalam ilmu sosial

⁴ Dewi Laras Iswahyuni dan Ainur Rifqi, “Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Madrasah Ibtidaiyah Narrative Qur’an Lamongan,” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10, no. 3 (Agustus 3, 2022): 605.

⁵ Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan* (Jakarta: PT. Damar Mulia, 2004), 34.

⁶ Farida Hanun, “Membangun Citra Madrasah Melalui Progam Kelas Unggulan di MTSN 2 Bandar Lampung,” *Jurnal edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan* 14, no. 3 (Desember 30, 2016): 408.

merupakan *social capital* yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku masyarakat.⁷ Menurut M. Linggar Anggoro, "Citra tidak dapat dibeli, namun didapat."⁸ Citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan atau institusi merupakan salah satu faktor utama untuk mendapatkan citra yang positif.

Peran hubungan masyarakat dalam hal pencitraan lembaga pendidikan diperlukan agar terwujudnya citra lembaga yang baik. Manajemen hubungan masyarakat yang baik akan menghasilkan citra yang positif. Hubungan masyarakat dalam hal ini bisa mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan dan program-program yang menjadi unggulan sekolah ke masyarakat, sehingga melalui program yang ada di sekolah dapat membantu sekolah dalam meningkatkan citra lembaga di hadapan publik. 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 penting karena memiliki dampak signifikan pada kemajuan pendidikan secara keseluruhan.

Berdasarkan pernyataan yang telah dipaparkan di atas dapat dipahami bahwa citra lembaga pendidikan adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi lembaga pendidikan itu sendiri, terutama pada bagian hubungan masyarakat. Citra lembaga sangat penting untuk

⁷ Chusnul Chotimah, "Strategi Public Relation Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Islamica* 7, no. 1 (September 3, 2012): 193.

⁸ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 103.

ditingkatkan agar tetap mendapat pandangan baik di mata publik, baik internal maupun eksternal. Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan publik, mengingat citra sekolah merupakan cerminan identitas sekolah dan reputasi positif yang harus dimiliki oleh sekolah untuk menarik simpati masyarakat.

Menurut Akmal Mundiri, mendefinisikan hubungan masyarakat di lembaga pendidikan yaitu sebagai berikut:

Hubungan masyarakat di lembaga pendidikan adalah menciptakan hubungan internal melalui pemeliharaan setiap ikatan kerja dan menjaga hubungan baik antara pimpinan, guru, karyawan dan siswa yang harmonis. Selain itu, humas di lembaga pendidikan juga mencakup hubungan eksternal, dimana humas di sekolah harus membangun dan mempertahankan citra positif sekolah serta membina hubungan baik dengan media dan menjalin hubungan yang harmonis dengan pelanggan (siswa dan masyarakat luas) agar sekolah tersebut dapat memperoleh kepercayaan.⁹

Pernyataan mengenai hubungan masyarakat yang sangat berperan penting dalam suatu lembaga pendidikan tersebut, masing-masing lembaga saling berkompetisi untuk menarik perhatian dari masyarakat. Masyarakat dengan ini memiliki banyak pertimbangan ketika akan memasukkan putra-putrinya ke dalam sekolah. Beberapa pertimbangan yang menjadi penentu diantaranya yaitu citra, image, atau reputasi suatu lembaga pendidikan itu sendiri. Hubungan masyarakat (humas) sekolah disini memiliki peran penting untuk membangun dan meningkatkan citra positif melalui program-program hubungan masyarakat yang dilaksanakan oleh sekolah. Keberhasilan suatu lembaga dalam mencapai

⁹ Akmal Mundiri, "Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Branding Image," *Jurnal Pedagogik* 3, no. 2 (Juni 2, 2016): 61-62.

misi dan tujuannya salah satunya adalah ditentukan oleh peranan serta program maupun kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak hubungan masyarakat (humas) di sekolah sehingga akan berdampak pada peningkatan citra positif sekolah. Keberhasilan pendidikan sangat tergantung pada hubungan antara sekolah dan masyarakat, dimana kerja sama antar keduanya memiliki dampak signifikan terhadap kemajuan pendidikan secara keseluruhan. Manajemen hubungan masyarakat berperan sebagai mediator antara sekolah dengan publiknya, bertugas membangun citra positif sekolah, mengkomunikasikan program-program unggulan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan.

Citra positif lembaga pendidikan diupayakan untuk terus ditingkatkan, dalam hal ini diperlukan adanya manajemen yang baik. Kegiatan manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan mencakup fungsi-fungsi pokok manajemen, diantaranya yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Program hubungan masyarakat tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya proses manajemen yang baik, diantaranya dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan diperlukan adanya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang baik agar dapat mencapai tujuan dan mendapatkan hasil yang maksimal.

SMK Negeri 1 Boyolangu merupakan sekolah kejuruan yang ada di kabupaten Tulungagung yang tepatnya beralamatkan di Jl. Ki Mangunsarkoro, Desa Beji, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. SMK Negeri 1 Boyolangu merupakan SMK Negeri yang memiliki akreditasi “A”. 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. SMK Negeri 1 Boyolangu merupakan SMK Negeri yang manajemen hubungan masyarakatnya sangat luar biasa sehingga citra sekolah menjadi sangat baik. Humas di SMK Negeri 1 Boyolangu sudah berjalan dengan baik dan mampu menjalin kerjasama antar masyarakat sekitar maupun kerjasama dengan perusahaan-perusahaan. Hubungan masyarakat dalam memberikan citra positif terhadap masyarakat mengupayakan program-program sekolah yang unggul dan melibatkan masyarakat. Sekolah selain menjalin hubungan dengan perusahaan, juga menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan wali murid, dengan ini hubungan masyarakat (humas) akan membantu meningkatkan citra lembaga pendidikan.

Pada penelitian yang penulis lakukan ini, memfokuskan pada pengelolaan hubungan masyarakat sekolah yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, dan hasil yang dicapai dari keseluruhan kegiatan manajemen hubungan masyarakat sekolah dalam upaya meningkatkan citra lembaga pendidikan yang dimiliki. Keseluruhan kegiatan hubungan masyarakat yang telah terlaksana ini nantinya akan membantu sekolah dalam meningkatkan citra positif di hadapan publik. Maka dari itu, peneliti

tertarik untuk mengambil judul "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan SMKN 1 Boyolangu".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan gambaran masalah diatas, maka penelitian akan difokuskan pada perencanaan hubungan masyarakat, pengorganisasian hubungan masyarakat, pelaksanaan hubungan masyarakat, evaluasi hubungan masyarakat, dan hasil manajemen hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan. Fokus penelitian tersebut kemudian dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?
2. Bagaimana pengorganisasian hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?
3. Bagaimana pelaksanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?
4. Bagaimana evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?
5. Bagaimana hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian jika dilihat dari fokus penelitian tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.
2. Untuk mendeskripsikan pengorganisasian hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.
3. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.
4. Untuk mendeskripsikan evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.
5. Untuk mendeskripsikan hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian tentang Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan SMKN 1 Boyolangu diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan serta pengembangan ilmu dalam bidang manajemen hubungan masyarakat (humas).
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen hubungan masyarakat (humas) khususnya dalam membantu meningkatkan citra positif di lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kepala Sekolah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang konstruktif dalam mengelola dan mengembangkan manajemen hubungan masyarakat di sekolah.

b. Bagi Staf Hubungan Masyarakat (humas)

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan pengelolaan hubungan masyarakat yang dapat membantu meningkatkan citra positif sekolah.

c. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada siswa tentang praktik manajemen hubungan masyarakat, memberikan pemahaman yang baik terkait program-program hubungan masyarakat di sekolah yang dapat diikuti oleh seluruh siswa, 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, bacaan, dan pembandingan untuk memperkaya wawasan pengetahuan dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya dalam

menyelesaikan karya ilmiah bidang manajemen pendidikan islam terkait manajemen hubungan masyarakat (humas), citra positif suatu lembaga pendidikan, serta hubungan baik antara sekolah dan masyarakat.

e. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih dalam kepada pembaca terkait praktik manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra positif di suatu lembaga pendidikan.

E. Penegasan Istilah

Istilah-istilah yang penting untuk dijelaskan dalam penelitian ini agar dapat menghindari kesalahpahaman pembaca adalah sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Manajemen Hubungan Masyarakat

Manajemen hubungan masyarakat merupakan suatu rangkaian tindakan yang telah direncanakan dan sistematis yang ditetapkan 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.¹⁰ Manajemen hubungan masyarakat bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, menentukan audiens yang relevan, merumuskan pesan yang tepat, serta memilih metode

¹⁰ Soemarsono, *Manajemen Humas Pendidikan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 2.

komunikasi yang efektif. Kegiatan ini dilakukan dengan maksud untuk mempromosikan citra positif lembaga pendidikan dan layanan/jasa pendidikan yang disediakan. Manajemen hubungan masyarakat pada lembaga 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.¹¹

b. Citra lembaga pendidikan

Citra adalah persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak publik tentang suatu lembaga. Citra merupakan gambaran diri baik personal, organisasi, maupun lembaga yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian atau ciri khas sehingga muncul persepsi baik tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Citra ini terbentuk dari berbagai sumber informasi, baik yang berasal dari lembaga itu sendiri maupun dari pihak eksternal. Citra yang positif sangat penting bagi keberlangsungan dan perkembangan suatu lembaga pendidikan karena dapat mempengaruhi berbagai aspek, seperti reputasi, kepercayaan publik, dan daya tarik bagi *stakeholders*. Citra lembaga pendidikan mempunyai peranan penting dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk melakukan tindakan. Lembaga pendidikan

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

yang mempunyai citra positif di masyarakat mempunyai keuntungan tersendiri dikarenakan telah memiliki nama baik di mata masyarakat, sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat.¹²

2. Penegasan operasional

Penjelasan secara operasional yang dimaksud dengan "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan SMKN 1 Boyolangu" adalah kajian tentang pengelolaan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, dan hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra positif lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu. Sekolah harus mengupayakan agar posisi mereka dihadapan publik/masyarakat luas memiliki nama yang baik, dan dipandang sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai kualitas baik. Kegiatan yang dilakukan oleh praktisi hubungan masyarakat sekolah dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu yaitu melalui program maupun kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah, tentunya dengan memanfaatkan media-media atau fasilitas yang disediakan sekolah. Pengelolaan hubungan masyarakat dibentuk dan dilaksanakan agar menjadi tindakan nyata untuk memperbaiki pandangan publik terhadap suatu lembaga. Serangkaian aktivitas manajemen hubungan masyarakat yang terencana dan terukur diterapkan agar dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan agar mendapatkan nama baik di hadapan publik. Program-program sekolah yang ada, kegiatan sekolah yang melibatkan

¹² Morissan, *Manajemen Public Relation* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 78.

masyarakat, serta ditunjang dengan adanya digitalisasi, maka akan dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan di hadapan publik dan masyarakat luas.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk mempermudah dan memberikan gambaran terhadap maksud yang terkandung pada skripsi. Penyusunan skripsi ini dipermudah dengan dibagi ke 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, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

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 hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

Fokus penelitian berisi tentang pemaparan pembatasan masalah penelitian yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan terkait judul penelitian. Pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi bagaimana perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, dan hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

Tujuan penelitian merupakan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian digunakan untuk mendeskripsikan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, dan hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

Kegunaan penelitian memparkan tentang manfaat-manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

Penegasan istilah terdiri dari penegasan secara konseptual yang diambil dari teori para ahli dan penegasan operasional merupakan definisi yang dapat diamati sesuai dengan tema yang diteliti.

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

b. Bab II Kajian Teori

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 hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu.

Bagian selanjutnya terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang berisi hasil-hasil penelitian yang memiliki tema sama atau relevan dengan penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu, kemudian setelah itu dibuatkan tabel perbandingan penelitian yang membahas persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, serta kebaruan penelitian yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Urutan selanjutnya yaitu kerangka teoritik 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 hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga sehingga diperoleh hasil.

c. Bab III Metode Penelitian

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

Rancangan penelitian memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, serta alasan peneliti menggunakan pendekatan tersebut. Adapun lokasi penelitian menjelaskan tentang letak geografis sekolah, keunggulan atau keunikan-keunikan yang menjadi daya tarik sekolah, serta alasan peneliti mengambil lokasi penelitian ini. Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan sekunder, lalu sumber data terdiri dari informan dan dokumen yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi *participant observation* (observasi partisipan), *in-depth interview* (wawancara mendalam), dan *documentation* (dokumentasi) yang pelaksanaannya beracuan pada pedoman-pedoman penelitian, sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *data collection* (kumpulan data), *data condensation* (kondensasi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan), sementara itu, pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan cara triangulasi sumber data, ketekunan pengamatan, dan diskusi teman sejawat.

d. Bab IV Paparan Data dan Temuan Penelitian

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

e. Bab V Pembahasan

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, transkrip

wawancara, dokumentasi kegiatan, surat izin penelitian, surat jawaban izin penelitian, surat selesai bimbingan, form konsultasi bimbingan, serta biodata penulis sebagai pelengkap.