BAB VI

PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan 1) kesimpulan penelitian yang memuat jawaban dari fokus dan pertanyaan penelitian, 2) implikasi yang memuat implikasi teoritis dan empiris, dan 3) saran.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Strategi humas dalam membangun citra lembaga (Studi Multisitus di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut,

1. Terkait dengan fokus penelitian pertama, bagaimanaa cara humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder* pada SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar, dibangun berdasaarkan integritas personal dengan menunjukkan,
   a. Landasan filosofi

      Humas menggunakan landasan filosofi dalam membangun keprcayaan dari dalam lembaga kemudian kepercayaan akan filosofi tersebut dibangun melalui serangkaian kegiatan agar mampu dibentuk pada *stakeholder*.

   b. Figur pemimpin

      Langkah humas adalah mengkomunikasikan rekam jejak, keepribaadian serta jaringan yang dimiliki kepala sekolah dengan baik pada *stakeholder*

c. Figur humas

Langkah humas dalam membangun kepercaaan *stakeholder* dengan menjadi pribadi supel dalam bergaul, sikap yang mencermikan visi dan misi lembaga, membangun relasi yang berkontribusi pada lemaga dan mengintegrasikan program kerjasama lembaga dengan kurikulum

d. Figur karyawan

Humas mampu mengkoordinasikan potensi figur karyawan yang berpengaruh pada masyarakat, dengan ditokohkannya figur karyawan tersebut, karakter lembaga mampu diwakili oleh karateristik figur tersebut.

e. Figur alumni

Langkah humas adalah menjalin komunikasi dengan alumni, dengan adanya keterikatan secara emosional alumni yang telah sukses mampu membantu kelangsungan lembaga, alumni mampu menunjukkan prestasi baik dari segi kualitas maupun kuantitas dalam bekerja alumni selalu menjaga nama baik lembaganya dulu.

f. Program keahlian

Humas menggunakan Program keahlian yang ditawarkan dengan merujuk pada kesinambungan program pemerintah pada program keahlian lembaga, dan menjadikan potensi daerah sebagai acuan dasar pembuatan program keahlian

g. Kominikasi visual

Langkah humas dengan menunjukkan kondisi sebenarnya pada *stakholeder*, memberikan rasa nyaman, mampu menunjukkan daya tarik visual dilembaga, menunjukkan budaya yang baik dengan masyarakat, selain itu untuk mendukung komunikasi visual dibutuhkan penampilan yang menarik dari humas sehingga mampu membuat *stakeholder* merasa lebih nyaman saat ditemani.

h. Komunikasi verbal

Humas menggunakan komunikasi lisan saat berkomunikasi dengan *stakeholder* menggunakan bahasa yang meyakinkan, rasional, merujuk pada kondisi sebenarnya dan bermakna bagi stakeholder selain itu informasi senantiasa diperbaharui

2. Terkait dengan fokus penelitian kedua, cara humas dalam mempertahankan kepercayaan stakeholder pada SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar, dipertahankan melalui aksinyata, aksinyata yang diwujudkan pada serangkaian aktifitas seperti,

a. Pemberian edukasi

Langkah humas diantaranya menggunakan kegiatan *stakeholder* sebagai langkah pemberian edukasi pada *stakeholder*, bentuk edukasi yang diberikan dapat dilkukan melalui kegiatan ceramah maupun kegiatan pelatihan yang sesuai dengan program keahlian lembaga, dengan adanya pemerian edukuasi maka *stakeholder* akan memberikan penilaian pada lemabaga.

b. Peluncuran karya

Humas meluncurkan karya baru kreativitas siswa, dengan ditunjukkannya karya tersebut apresiasi dari *stakeholder*-pun akan diperoleh sehingga kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan

c. Even

Humas sebagai koordinator dan pengelolaan serangkaian even yang bermakna, yang mampu menimbulkan keramaian publik dan bersifat kompetitor, selain itu *stakeholder* yang diundang haruslah memiliki pengaruh sehingga mampu mempengaruhi *stakeholder* lain.

d. Pelayanan public

Langkah humas dalam mempertahankan kepercayaan adalah dengan melakukan pelayanan public dengan menggunakan dua jenis layanan, layanan transaksional dimana ada pertukaran barang dan jasa yang sifatnya saling menguntungkan antara *stakeholder* dan lembaga, dan layanan gratis yang didasarkan pada layanan saluran informasi dari *stakeholder* untuk publik, dengan mengedepankan keuntungan jangka panjang

e. Tes produk bersama media

Humas mengambil langkah sebagai teman media dalam meluncurkan produk yang dihasilkan siswa, produk tersebut tentunya memiliki kualitas dan kuantitas, humas dapat mengambil langkah membantu mengkomunikasikan produk karya siswa/ siswa yang mengkomunikasikan pada media, dengan adanya penjelasan media dapat

menafsirkan sehingga dalam publikasi, informasi yang disampaikan dapat menguntungkan bagi lembaga selain itu dengan adanya media humas mampu menjangkau *stakeholder* yang sering menggunakan media tersebut

f. Teknik layanan

Humas menggunkan teknik pelayanan prima dengan ditangani tim khusus dalam melayani *stakeholder*, dengan pelayanan prima mampu meminimalisir kesalahan informasi dan proses pelayanan dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

g. Pemenuhan kebutuhan

Langkah dalam meperthankan kepercayaan adalah dengan memberikan perhatian pada *stakeholder*, mempetimbangkan harapan pada lembaga, adanya pemenuhan harapan jika terjadi kesinambungan antara kebutuhan *stakeholder* dengan kebutuhan lembaga dan menimbulkan dampak saling menguntungkan dengan harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain baik pada lembaga

h. Komunitas

Humas berperan aktif pada komunitas *stakeholder* baik mendirikan komunitas mapun tergabung dalam komunitas, terlibat secara langsung aktiftas komunitas dan mampu menjadi penghubung antara komunitas dengan lembaga, sehingga humas mampu meberikan keuntungan bagi lembaga selain itu penentuan lokasi komunitas harus ditempatkan pada lokasi yang menunjukkan perkembangan lembaga,

sehingga anggota komunitas dapat memberikan penilaian lebih baik, sehingga kepercayaan antar sesama anggota tersebut dapat saling terjaga.

3. Terkait dengan fokus penelitian ketiga, cara humas dalam mempertahankan kepercayaan stakeholder pada SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar, dipertahankan melalui strategi yang diimplementasikan, adapun implementasinya sebagai berikut,

   a. Identitas lembaga

      Langkah humas dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* adalah dengan manunjukkan identitas lembaga, identitas dapat diwujudkan melalaui bangunan yang memiliki daya tarik selain itu seragam juga mampu menambah penilai dari *stakeholder* dari bertambahnya penilaian stakeholder akan meningkatkan kepercayaan *stakeholder* sehingga citra lembaga dapat terangkat

   b. Mengkomunikasikan identitas lembaga

      Humas meningkatkan kepercayaan dengan mengkomunikasikan melalui media sepertihalnya TV, Radio, dan media cetak, sehingga identitas tersebut mampu melekat pada benak *stakeholder*, selain itu dalam mengkomunikasikan identitas perlu adanya pembaharuan yang bermakna melalui deskripsi yang tertulis dalam media yang digunakan, dengan adanya pemaknaan dalam informasi tersebut akan membantu menafsirkan dan menambah nilai sehingga kepercayaan *stakeholder* dapat ditingkatkan

c. Slogan yang dibuat

Humas membentuk slogan yang mampu menumbuhkan semangat, terus eksis dan mampu memicu prestasi dan kreatifitas siswa

d. Pengaplikasian slogan

Humas mengkoordinasikan slogan agar mampu terdengan oleh *stakeholder*, dengan terdengarnya slogan yang disenarakkan akan mampu melekat pada ingatan *stakeholder* sehingga slogan memiliki ruang tersendiri dihati *stakeholder*.

e. Potensi pasar

Humas melihat potensi pasar, dengan adanya kesesuaian program keahlian dan potensi pasar maka akan terbentuk integrasi keperayaan pada potensi pasar dengan program keahlian

f. Kemauan bersaing

Dalam meningkatkan kepercayaan humas harus mampu menentukan pesaing baik pesaing daerah maupun luar daerah, hal tersebut dijadikan acuan dalam melakukan perkembangan agar lembaga tidak tertinggal dengan lembaga lain, selain itu kepiawaian dalam mengamati pesaing dan memprediksi lingkungan menjadi sebuah tantangan, agar kepercayaan *stakeholder* meningkat perlu adanya prestasi yang ditunjukkan agar secara mental lembaga memiliki kemauan untuk berkompetitor

g. Meluncurkan produk baru

Humas harus menjadi suksesor dalam peluncuran produk baru, produk tersebut memiliki berprestasi, mampu memicu rasa ingin tahu, dan memiliki dayaguna lebih dan mampu dipasarkan dan dinikmati oleh *stakeholder*, selain itu adanya kesesuain produk dengan kebutuhan *stakeholder* akan mampu membentuk peningkatan kepercayaan dari *stakeholder* pada lembaga

h. Pendekatan persuasif .

Humas harus mampu memberikan pengaruh, dengan melakukan pendekatan persuasif, langkahnya aalah dengan memanfaatkan hubungan murid dengan guru melalui seramah, pastikan informasi tersebut dapat diterima oleh siswa, dengan terpengaruhnya siswa akan mampu memberikan peningkatan kepercayaan *stakeholder* dilingkuan siswa, selain itu dari sikap ramah dan mampu mendalami kehidupan personal kepercayaan *stakeholder* dapat ditingkatkan

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan pengembanga terhadap teori yang dikemukakan oleh Gerbner's tentang komunikasi verbal dan visual, Silih Agung Wasesa tentang pemasaran *public relations*, Russel S. Winer tentang pengelolaan *public relations*, dan Faradillah R. tentang strategi membangun citra lembaga.

a. Teori Komunikasi verbal dan visual

Membangun kepercayaan merupakan hal yang sangat mendasar dalam mengelola lembaga pendidikan, untuk membangun kepercayaan diperlukan komunikasi verbal dan visual agar *stakeholder* memiliki keyakinan terhadap lembaga pendidikan, dalam komunikasi verbal dan visual yang dibentuk oleh Gerbeners meliputi Sepuluh cakupan dalam proses koomunikasi 1) *Someone* (komunikator dan komunikan), 2) *Perceives an event* (persepsi), 3) *And reacts* (reaksi), 4) *In a situation* (situasi fisik/psikologis/ sosial), 5) *Through some means* (saluran/media), 6) *To make availablematerials* (distribusi/ administrasi), 7) *In some form* (bentuk, struktur, pola), 8) *And contex* (konteks), 9) *Conveying content* (makna pesan), 10) *Of some consequence* (akibat/hasil), berdasarkan teori tersebut dapat dikembangkan *recommended* model teori tiga dimensi mewujudkan lembaga yang salah satu cakupannya adalah cara humas membangun kepercayaan melalui integritas personal lembaga, dengan adanya integitas personal dari masing masing komponen pembentuk yang meliputi, 1) Landasan filosofi, 2) Figur pemimpin, 3) Figur humas, 4) Figur karyawan, 5) Alumni, 6) Program keahlian, 7) Kominikasi visual, 8) Komunikasi verbal.

Diperoleh pengembangan teori komunikasi verbal yang meliputi, 1) *verbal communication was previously established trust through figures* (sebelum komunikasi verbal, dibentuk kepercayaan melalui figur), 2*) philosophy as the foundation of the message* (filosofi

sebagai landasan pesan), 3) *the context of reality* (konteks didasarkan realita), 4) *the language context of convincing* (bahasa konteks meyakinkan), 5) *top communicators* (performen komunikator), 6) *the latest information* (informasi terbaru), 7) *the consistency of the message* (konsistensi pesan) dan komunikasi visual yang meliputi, 1) *motive of visual communications* (motif komunikasi visual), 2) *effectiveness of visual communication* (daya guna komunikasi visual) dan 3) *condition of objects of communication* (kondisi objek komunikasi).

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dibentuk prespektif hubungan sebagai bentuk implikasi teoritis dimana dalam strategi humas dalam membentuk citra lembaga mencangkup empat pokok strategi yaitu 1) perencanaan, 2) strategi, 3) tactic dan 4) evaluasi, dalam pelaksanaanya humas memiliki tugas pokok 1) penemuan fakta (*Fact finding*), 2) perencanaan (*planning*), 3) pelaksanaan/ komunikasi (*actuating*), dan evaluasi (*evaluating*), dalam mewujudkan tujuan humas yaitu, 1) menciptakan citra yang baik, 2) memelihara citra yang baik, 3) meningkatkan citra yang baik, 4) memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun/rusak.

Dengan adanya landasan teoritis tersebut peneliti mengembangkan strategi dan tactic dalam membentuk citra dan menambah penjelasan tugas pokok humas dari sisi pelaksanaan/komunikasi (*actuating*) dengan mengedepankan integritas

personal lembaga melalui komunikasi verbal dan visual sebagai salah satu strategi dan cara untuk menciptakan citra yang baik.

b. Teori pemasaran dan pengelolaan *public relations*

Mempertahankan kepercayaan suatu hal yang tentu dilakukan agar tercipta hubungan yang baik antara lembaga dan stakeholder, untuk mempertahankan kepercayaan diperlukan pemasaran *public relation* dan pengelolalan hubungan *public relation* sehingga citra baik lembaga senantiasa terjaga, sebagaimana teori yang dikemukakakn oleh Silih Agung Wasesa yang mengungkapkan teori pemasaran, adapun teori yang dikemukakan, 1) Memberikan edukasi 2) Meluncurkan merk, 3) Membangun even, 4) Mengembangkan pelayanan public, 5) Membantu media melakukan tes produk, 6) Menngajak media dan masyarakat melihat proses produk. Sedangkan teori pengelolaan *hubungan public relation* menurut Russel S. Winer meliputi, 1) *Costemer service*, 2) *Frequency/loyalty*, 3) *Customization*, dan 4) *Community Building*.

Berdasarkan teori tersebut dapat dikembangkan *recommended* model teori tiga dimensi mewujudkan citra lembaga yang salah satu cakupannya adalah cara humas mempertahankan kepercayaan melalui aksinyata lembaga, dengan adanya aksinyata dalam pemasaran dan pengelolaan hubungan *public relations* yang meliputi, 1) Pemberian edukasi, 2) Peluncuran karya, 3) Even, 4) Pelayanan publik, 5) Tes produk bersama media, 6) Teknik layanan, 7) Pemenuhan kebutuhan, dan 8) Komunitas, diperoleh pengembangan teori pemasaran publik

relation yang meliputi, 1) Edukasi didalam edukasi, 2) Even merk internal, 3) Even merk eksternal, 4) Pelayanan Informasi gratis, 5) Pelayanan transaksi yang saling menguntungkan, 6) Mengontrol publikasi media, sedangkan dalam mengelola hubungan *public relation* meliputi, 1) Mengikuti komunitas *stakeholder*, 2) Integrasi kebutuhan stakeholder dan lembaga dan 3) Membangun kerjasama.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dibentuk prespektif hubungan sebagai bentuk implikasi teoritis dimana dalam strategi humas dalam membentuk citra lembaga mencangkup empat pokok strategi yaitu 1) perencanaan, 2) strategi, 3) tactic dan 4) evaluasi, dalam pelaksanaanya humas memiliki tugas pokok 1) penemuan fakta (*Fact finding)*, 2) perencanaan (*planning*), 3) pelaksanaan/ komunikasi (*actuating*), dan evaluasi (*evaluating*), dalam mewujudkan tujuan humas yaitu, 1) menciptakan citra yang baik, 2) memelihara citra yang baik, 3) meningkatkan citra yang baik, 4) memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun/rusak.

Dengan adanya landasan teoritis tersebut peneliti mengembangkan dari segi perancanaa, strategi dan tactic dalam membangun citra dan menambah penjelasan tugas pokok humas dari sisi perencanaan (*planning*) dan pelaksanaan/komunikasi (*actuating*) dengan mengedepankan aksinyata lembaga melalui pemasaran *public relations* dan pengelolaan *public relations* sebagai salah satu perencanaan, strategi dan taktik untuk memelihara citra yang baik.

c. Teori Strategi membangun citra

Meningkatkan kepercayaan merupakan langkah dalam mempengaruhi persepsi public sehingga opini baik public tumbuh dan berkembang sehingga berdampak pada terangkatnya citra lembaga, untuk meningkatkan kepercayaan diperlukan strategi agar persepsi dan opini baik public meningkat. Sebagaimana teori yang diungkapkan oleh Faradillah R. yang mengungkapkan tiga langkah strategis membangun *image* yaitu, 1) *branding, 2) position,* dan 3) *differentiation,* berdasarkan teori tersebut dapat dikembangkan *recommended* model teori tiga dimensi mewujudkan lembaga yang salah satu cakupannya adalah cara humas meningkatkan kepercayaan melalui strategi lembaga, dengan adanya strategi lembaga dapat membantu dalam mengangkat citra lembaga, adapun strategi meliputi, 1) membangun identitas lembaga, 2) mengkomunikasikan identitas lembaga, 3) membuat Slogan, 4) pengaplikasian slogan, 5) potensi pasar, 6) kemauan bersaing, 7) meluncurkan produk baru, 8) pendekatan persuasif, diperoleh pengembangan teori strategi membangun citra dengan *persuasive approach* (pendekatan persuasive).

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dibentuk prespektif hubungan sebagai bentuk implikasi teoritis dimana dalam strategi humas dalam membentuk citra lembaga mencangkup empat pokok strategi yaitu 1) Perencanaan, 2) Strategi, 3) tactic dan 4) Evaluasi, dalam pelaksanaanya humas memiliki tugas pokok 1) penemuan fakta *(Fact*

finding, 2) perencanaan (*planning*), 3) pelaksanaan/ komunikasi (*actuating*), dan evaluasi (*evaluating*), dalam mewujudkan tujuan humas yaitu, 1) menciptakan citra yang baik, 2) memelihara citra yang baik, 3) meningkatkan citra yang baik, 4) memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun/rusak.

Dengan adanya landasan teoritis tersebut peneliti mengembangkan dari segi perancanaa, strategi dan taktik dalam mengangkat citra dan menambah penjelasan tugas pokok humas dari sisi penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*) dan pelaksanaan/komunikasi (*actuating*) dengan mengedepankan strategi mengangangkat citra lembaga melalui pendekatan persuasif (*persuasive approach*) sebagai salah satu perencanaan, strategi dan tactic untuk meningkatkan citra yang baik.

2. Implikasi Empiris

Berdasarkan hasil penelitian kedua lembaga peneliti melakukan serangkain pengamatan kondisi kedua lembaga. kondisi yang sama ditunjukkan dengan adanya humas sebagai ujung tombak dalam menjaga kelangsungan lembaga pendidikan, dalam pelaksanaan humas merupakan figur yang sangat fital dalam mengintegrasikan dunia kerja pada program belajar mengiat pendidikan lembaga SMK diorientaskani pada dunia kerja. Jaringan harus senantiasa dibangun agar seiring bertambahnya usia lembaga bertambahpula jaringan yang dimiliki tentunya juga diukuti peningkatan kualitas dan kuantitas pada lembaga pendidikan, selain itu untuk

mewujudkan citra yang baik dari publik humas perlu melakukan strategi yang terukur dan terencana.

Salah satu langkah dalam mewujudkan citra yang baik dapat dilakukan dengan membangun integrasi personal, integritas personal yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan adalah, 1) Membumikan filososofi lembaga pendidikan dan mensyiarkan filosofi agar lembaga memiliki cara pandangan hidup yang sama atas kemajuan lembaga pendidikan. 2) Melihat potensi daerah dalam menentukan program keahlian lembaga, sehingga ada keselarasan diantara keduanya mampu membangun citra dengan cepat, 3) citra baik dapat diperoleh dengan adanya sosok figur pemimpin yang dipandang tokoh di masyarakat, memiliki relasi yang tidak sedikit dan memliki rekam jejak yang menunjukkan kualitas, dengan ketiga hal tersebut kepercayaan publik akan mudah untuk diperoleh sehingga citra lembaga dapat terbentuk. 4) lembaga perlu memberdayakan kemampuan seluruh anggotanya sepertihalnya karyawan yang memiliki sosok tokoh dimasyarakat, dengan adanya karyawan yang ditokohkan oleh masyarakat akan membentuk persepsi masyarakat sehingga kepercayaan dalam lembaga pendidikan terbentuk dari tokoh tersebut. 5) citra yang baik dapat diwujudkan dengan adanya alumni yang memiliki kualitas dan kuantitas sehingga terjadilah integrasi penilaian publik dari alumni pada lembaga pendidikan. dan 6) komunikasi verbal merupakan langkah dalam berinteraksi dengan pulik sehingga publik dapat dipengaruhi melalui komunikasi, 7) kualitas dan kuantitas dalam diri lembaga senatiasa

diwujudkan dengan simbol ketika public *visiting* ke lembaga, simbol simbol tersebut akan mempengaruhi penilaian pada lembaga pendidikan.

Integritas personal lembaga yang baik perlu didukung dengan aksinyata sebagai langkah eksistensi lembaga, agar publik memberikan penilaian baiknya sehingga citra lembaga terbangun. Aksinyata yang dilakukan lembaga pendidikan meliputi 1) pemberian edukasi melalui serangkain kegiatan yang dilakukan oleh internal lembaga maupun *stakeholder*, 2) wujud eksistensi ditunjukkan dengan peluncuran karya, 3) membangu serangkaian even internal dan eksternal, 4) memberikan pelayanan public sebaik mungkin, 5) mengadakan serangkaian tes produk bersama media dan mengontrol hasil publikasi lembaga, 6) menggunakan teknik layanan dalam melayani publik, 7) mewujudkan kesinambungan pemenuhan kebutuhan stakeholder dengan lembaga pendidikan, dan 8) membangun komunitas dan mengikuti komunitas *stakeholder*, dengan adanya integritas personal dan aksinyata yang ditunjukkan oleh lembaga pendidikan perlu adanya strategi agar sesuai rencana dan mendapatkan hasil yang maksimal

Strategi lembaga pendidikan yang baik untuk mewujudkan citra yang baik meliputi 1) *Branding* , 2) *Position*, dan 3) *Differentiation*, , agar citra lembaga terangkat perlu adanya upaya pendekatan persuasive (*Persuasiv Approuce*) pada stakeholder sehingga stakeholder lebih memahami lembaga pendidikan, dengan adanya saling memahami antara keduanya citra lembaga dapat ditingkatkan.

C. Saran

Setelah melakukan penelitian, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan,

1. Bagi Kepala Sekolah

   Mewujudkan citra lembaga yang baik dapat dilakukan dengan meletakkan posisi humas sebagai tangan kanan pimpinan lembaga pendidikan mengingat peran yang sangat vital dalam menjaga kelangsungan lembaga, dalam mewujukan kepercayaan *stakeholder* maupun publik perlu adanya koordinasi perencanaan yang terukur, strategi yang tepat, taktik yang tepat dan dievaluasi dengan humas, agar segala program yang dicanangkan dapat mencapai target yang ditentukan.

2. Bagi Wakil Kepala Humas

   Mengingat begitu vital perannya humas harus senantiasa dapat membagi waktu dengan baik melaui perencanaan sehingga program yang dicanangkan oleh pimpinan dapat terealisasi sesuai dengan yang di targetkan, selain itu komunikasi harus senantiasa dibangun baik dari dalam lembaga maupu komunikasi diluar lembaga dan pengembang dan inovasi untuk mendapatkan citra yang baik harus terus dilakukan.

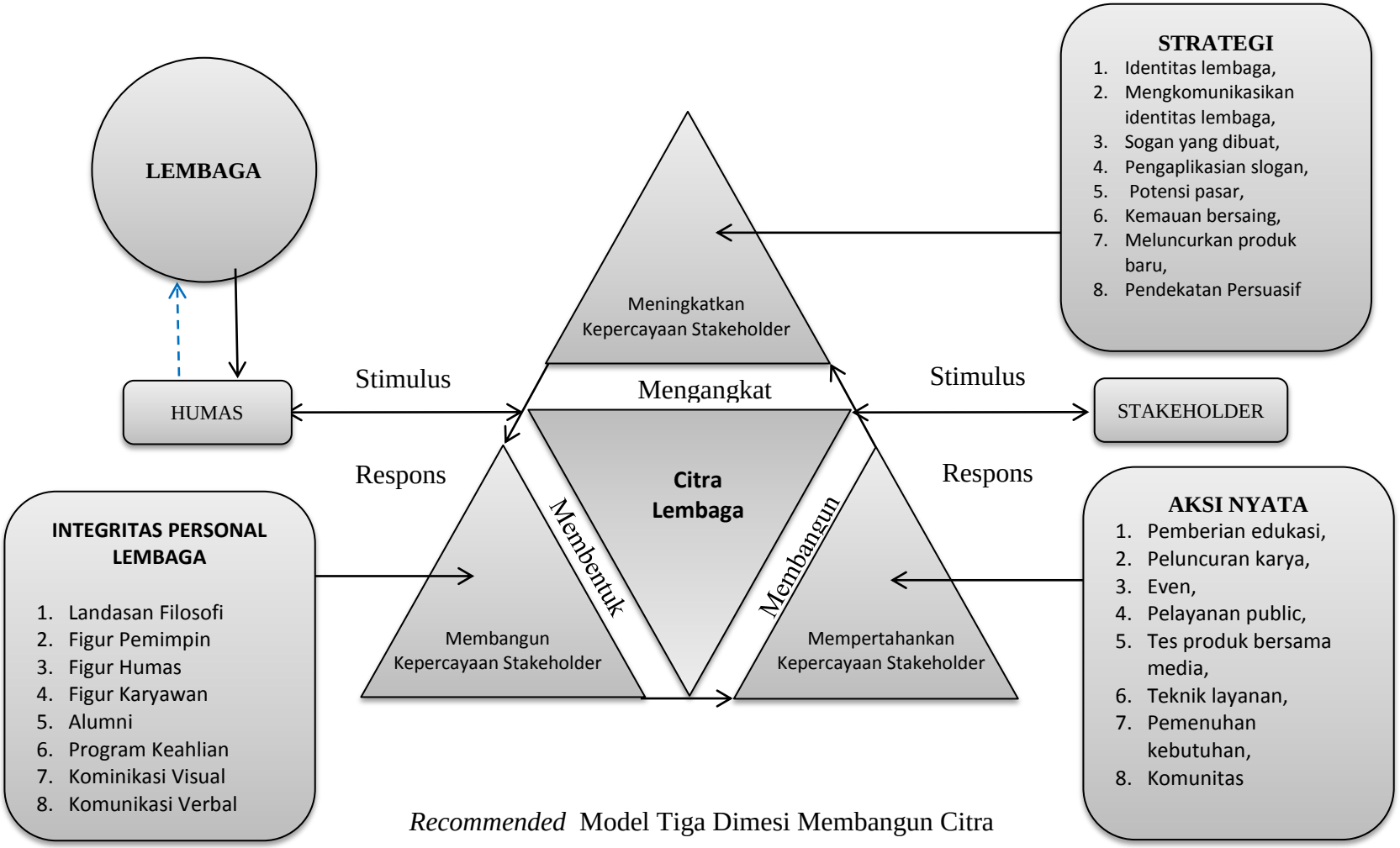
3. Bagi Karyawan SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar

   Tunjukkan pada publik bahwa karyawan mampu dijadikan sebagai figur dimasyarakat dan mampu memberikan contoh dimasyarakat, selain itu karyawan harus menanamkan rasa bangga pada lembaganya dan

diwujudkan dengan tindak tanduk, prilaku dan kepribadian yang selalu menjaga nama baik lembaga.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya mengkaji lebih jauh terkait proses mewujudkan citra yang baik bagi lembaga pendidikan, dimana khasanah ilmu harus terus dikaji guna memberikan sumbangsih yang besar dalam memberikan ilmu pada generasi selanjutnya.



Recommended Model Tiga Dimesi Membangun Citra