

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

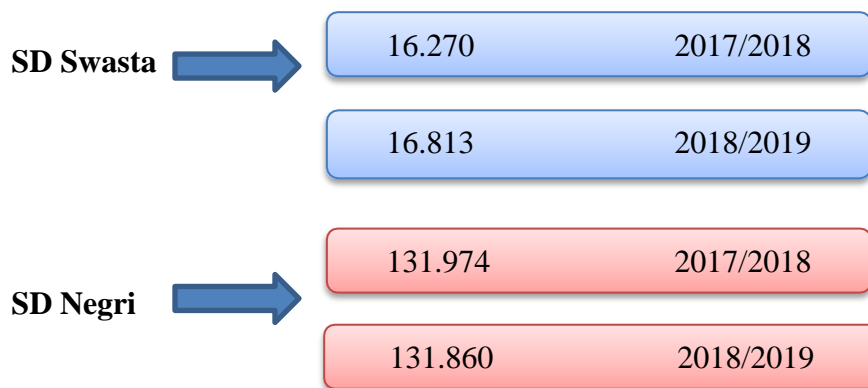
Pendidikan merupakan jendela dunia yang menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat dalam menerima pengetahuan tanpa mengenal batas usia dan waktu. Pada abad ke 21 ini peningkatan serta kemajuannya kian hari kian terasa, sehingga mengharuskan seluruh lapisan masyarakat mempersiapkan diri untuk memenuhi tuntutan zaman yang ada saat ini. Tingginya persaingan antar negara dalam bidang produk maupun jasa menjadi sebuah keniscayaan yang tidak dapat terelakkan. Dengan demikian, masyarakat perlu mempersiapkan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia guna menghadapi problematika tersebut. Pendidikan pun hadir dalam menjawab persoalan tersebut. Kotler dan Amstrong (dalam Putra dan Yasa, 2015 hlm. 42) mengemukakan bahwa lembaga pendidikan termasuk dalam bisnis jasa seperti halnya rumah sakit dan kantor pos. Lembaga pendidikan memiliki beberapa pelanggan yaitu pelajar/mahasiswa, staf, dosen, alumni, penyandang dana dan industri yang sudah dan akan menyerap lulusannya. Selain itu, lembaga pendidikan juga dikenal sebagai lembaga penghasil jasa pendidikan yang diharapkan masyarakat dapat mewujudkan kualitas sumber daya manusia melalui sistem dan proses pembelajaran di kampus atau sekolah. Hal tersebut didukung melalui pendapatnya John Dewey (dalam Furman 2002 hlm, 30) mengemukakan bahwa *“Educational “factories” capable of mass producing children well trained for work in the “real” world and contending, instead, that each classroom “be made a genuine form of active community life, instead of a place set apart in which to learn lessons”*. [Melalui industri pendidikan, maka lembaga dan jasa pendidikan dapat menghasilkan siswa dengan tingkat produktivitas yang tinggi dan sudah terlatih juga siap untuk menghadapi realitas kehidupan yang penuh dengan tantangan. Sekurangnya, siswa juga dapat berperan aktif serta sungguh-sungguh dalam menjalani

aktivitas secara berdampingan serta menjadi tempat untuk mengambil sebuah makna pembelajaran].

Hal tersebut berlandaskan bahwa jasa pelayanan yang diberikan oleh pengelola pendidikan akan bersinggungan secara langsung terhadap harapan dan kepuasan pihak yang menerima pelayanan tersebut dengan memenuhi kriteria dan standar mutu tertentu. Kemudian, masih dalam pendapat yang datang John Dewey (dalam Furman 2002 hlm.30) ia juga mengungkapkan bahwa “*Schools must discover ways to allow for “a growing interchange of thought and growing unity of sympathetic feeling . . . [revolving around] common and productive activity.”* Dengan demikian, itu artinya bahwa pendidikan merupakan tempat bertumbuh kemudian tempat bertukar pikiran serta tempat memupuk rasa simpati terhadap sekitar dan meningkatnya sebuah produktivitas. Sehingga, melalui pendidikan yang bermutu dapat mendorong masyarakat tumbuh dan berkembang dari secara kualitas pengetahuan, keahlian serta keterampilan guna menyongsong terciptanya keunggulan kompetitif nasional di masa yang akan datang.

Akan tetapi pada kenyataannya partisipasi masyarakat dalam konteks pendidikan yang ada di Indonesia saat ini terbilang masih rendah jika di bandingkan dengan negara lainnya, Indonesia ada di posisi ke 111 dari 189 negara. Hal itu menunjukkan Indonesia berada pada salah satu posisi yang rendah, namun jika ditinjau perkembangan dari sebelumnya tentu Indonesia telah menunjukkan peningkatan. Karena hal tersebut dapat dilihat melalui data (UNDP: Indonesia, 2019) bahwa Indonesia masuk ke dalam kelompok kategori pembangunan manusia. Nilai IPM Indonesia untuk 2018 adalah 0,707 yang menempatkan negara ini dalam kategori pembangunan manusia. Antara tahun 1990 dan 2018, nilai IPM Indonesia meningkat dari 0,525% menjadi 0,707%, meningkat 34,6%. Selama periode yang sama, harapan hidup saat lahir meningkat 9,2 tahun menjadi 71,5 tahun, rata-rata lama sekolah meningkat 4,7 tahun menjadi 8 tahun dan harapan lama sekolah meningkat 2,8 tahun menjadi 12,9 tahun. PNB per kapita Indonesia meningkat sekitar 155,9% antara tahun 1990 dan 2018. Pencapaian tersebut adalah bukti dari

upaya bersama yang telah dilakukan seluruh masyarakat meliputi berbagai bidang seperti; pertumbuhan ekonomi, kemudian kesejahteraan, lalu pada bidang kesehatan dan pendidikan. Berdasarkan dengan hasil dari Indeks Pembangunan Manusia (*Human Development Index*) tersebut dapat disoroti bahwa salah satu faktor yang berperan dalam peningkatan tersebut adalah pendidikan. Maka, dapat disimpulkan bahwa saat ini masyarakat telah memiliki minat yang tinggi terhadap partisipasinya pada dunia pendidikan. Keberhasilan tersebut didukung karena adanya dorongan dari berbagai pihak, dalam proses penyelenggaraan pendidikan. Peningkatan akses layanan pendidikan selalu diupayakan oleh pemerintah dalam rangka optimalisasi layanan pendidikan yang bermutu dan berdaya saing. Kemudian dari pihak swasta yang kenyataannya terus berbenah dalam memperbaiki mutu pendidikan Indonesia. Sebagaimana tertera pada data pendidikan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Jumlah Sekolah Jumlah Sekolah Dasar Menurut Status Sekolah pada Tahun Ajaran 2017/2018 dan 2018/2019

Dari data gambar 1.1 yang disajikan terlihat menunjukkan bahwa penyelenggaraan pendidikan pada tingkat SD negeri berkurang menjadi 131.860 sekolah sedangkan pada jumlah SD swasta justru meningkat menjadi 16.813 pada tahun ajaran yang sama. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2003, penyelenggara pendidikan di Indonesia bukan hanya sebatas pemerintah saja, melainkan juga dapat melibatkan masyarakat (swasta) untuk memberikan kontribusinya dalam penyelenggaraan pendidikan.

Ketika pengurangan jumlah SD negeri sebagai bagian dari upaya efektivitas dan

efisiensi yang dilakukan pemerintah, pihak swasta justru berperan dalam meningkatkan jumlah SD swasta. (Badan Pusat Statistik, 2019). Maka menilik dari data tersebut perlunya kesadaran mengenai pentingnya sumber daya manusia yang dapat mendukung dan memperhatikan beberapa hal yang dapat dianalisis dalam terwujudnya sebuah kualitas lembaga pendidikan. Karena masyarakat selaku konsumen lembaga pendidikan saat ini semakin kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan, oleh sebab itu perlu adanya manajemen dan layanan yang profesional untuk menjawab kebutuhan masyarakat karena idealnya lembaga pendidikan dan konsumen pendidikan perlu terjalin sinergitas yang baik. Lembaga pendidikan kini diharapkan lebih berorientasi pada kebutuhan masyarakat sebagai pelanggannya dan lembaga pendidikan dituntut selalu melibatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya. Sedangkan, untuk Kabupaten Purwakarta sendiri berdasarkan data dari BPS, bahwa pada tahun 2017/2018, dan 2018/2019 tercatat bahwa pada tingkat sekolah dasar atau SD terdapat 381 sekolah negeri, sedangkan untuk swasta hanya ada di angka 95 sekolah. Seperti tertera pada gambar di bawah ini.

JUMLAH DATA SATUAN PENDIDIKAN (SEKOLAH) PER KABUPATEN/KOTA : **Kab. Purwakarta**
Berdasarkan Seluruh **Jenis Pendidikan**

Pencarian Data
-Nama Satuan Pendidikan / NPSN-

No. KECAMATAN	SD Sederajat			SMP Sederajat			SMA Sederajat			SMK			TOTAL
	N	S	JML	N	S	JML	N	S	JML	N	S	JML	
TOTAL	381	95	476	81	94	175	18	48	66	15	44	59	776

Gambar 1.1 Jumlah Sekolah Perkabupaten/Kota

Berdasarkan data tersebut, partisipasi sekolah swasta di Purwakarta masih sedikit. Pada hal ini terdapat korelasi antara manajemen humas dengan ilmu administrasi pendidikan seperti diketahui bahwa dalam Ilmu Administrasi Pendidikan memiliki hubungan dengan manajemen sumber daya manusia Hoy dan Miskel (2013, hlm. 167) mengemukakan administrasi pendidikan adalah segala usaha bersama untuk mendayagunakan semua sumber personil maupun material secara efektif dan efisien guna menunjang tercapainya tujuan pendidikan. Administrasi merupakan fungsi

organisasi yang terdiri atas unsur-unsur perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*) pemberian perintah (*commanding*), pengkoordinasian (*coordinating*) dan pengawasan (*controlling*).

Dengan demikian, peran serta dan manajemen hubungan masyarakat dalam upaya menjalankan tugas dan fungsinya antar berbagai pihak yang terkait pada sebuah lembaga pendidikan dianggap sangat penting. Karena melalui manajemen sekolah yang baik, maka akan berimplikasi pada manajemen kinerja humas juga, sehingga sebuah lembaga pendidikan dapat memiliki citra yang baik serta menjadi mitra terpercaya bagi peserta didik dan orangtua dari peserta didik selaku konsumen layanan jasa pada bidang pendidikan. Kemudian, manajemen kinerja hubungan masyarakat juga pada penyelenggaraan pendidikan saat ini juga disoroti kinerjanya, mengingat sejak wabah Covid-19 ditetapkan sebagai pandemi global dan BNPB menetapkan status darurat nasional, selain itu berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 33 Tahun 2019 tentang Satuan Pendidikan Aman Bencana. Maka, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menerbitkan surat edaran nomor 15 tahun 2020 tentang pedoman pembelajaran di rumah dalam masa darurat penyebaran Covid-19. Pada parakteknnya, pelaku pendidikan baik pada pihak negeri maupun swasta masih mengalami kesulitan untuk pelaksanaan adaptasi kebiasaan baru ini.

Dilansir dari humas dinas pendidikan kabupaten purwakarta, bahwa proses pendidikan di sekolah mulai dari TK, SD, SMP, SMA tidak bisa menjalankan pembelajarannya di dalam ruang kelas. Maka manajemen hubungan masyarakat (HUMAS) perlu dimaksimalkan mengingat hubungan masyarakat dapat menjadi motor penggerak bagi sumber daya yang ada di sekolah, menjembatani antara berbagai *stakeholder* serta pihak calon konsumen jasa pendidikan sehingga terbentuk citra yang baik di mata publik. Pentingnya manajemen humas dalam pendidikan juga dikemukakan oleh Rais pada penelitiannya mengenai implementasi manajemen pendidikan islam dalam konsep manajemen hubungan masyarakat dengan sekolah.

(Rais 2019, hlm. 32) mengemukakan bahwa dengan partisipasi aktif, mereka (kepala

sekolah dan pengelola humas) berharap bisa meminimalisir setiap kendala-kendala yang mungkin terjadi dan bisa mengatasinya sedini mungkin. Selanjutnya, faktor pendukung pelaksanaan hubungan masyarakat di sekolah adalah adanya hubungan yang harmonis antar warga sekolah, selain itu kegiatan siswa terutama ekstrakurikuler juga menjadi pendukung dalam implementasi manajemen humas di sekolah.

Sedangkan faktor penghambat pelaksanaan hubungan masyarakat di sekolah adalah sumber daya manusia (SDM) murid dan wali murid yang lemah, serta sarana prasarana yang belum lengkap yang mengakibatkan lambatnya pelaksanaan humas dan yang terakhir faktor penghambat pelaksanaan humas adalah dana yang minim dan anggapan negatif masyarakat tentang madrasah. Sedangkan, (Permata, 2020, hlm.62) memfokuskan penelitiannya dalam hal evaluasi manajemen krisis humas perguruan tinggi. Pada penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan rektor dan beberapa pimpinan humas Universitas Brawijaya masa periode 2020-2025 ini peneliti menyimpulkan bahwa belum semua komponen pada institusi ini memahami tentang krisis perguruan tinggi secara spesifik. Hal ini dianggap dapat teratasi karena jajaran pimpinan dan Humas paham dengan latar belakang organisasi. Humas dan Rektor juga tidak secara khusus menyiapkan *press centre*. Konferensi pers atau wawancara biasa dilakukan oleh Rektor dan jajarannya, sedangkan Humas diberikan beban dan tanggung jawab untuk membina hubungan baik dengan media. Tim respon *online* melalui telepon juga tidak selalu dilakukan. Demikian pula penggunaan *website* lebih ditujukan pada hal-hal yang bernada positif dan informatif. Penyampaian informasi kepada karyawan, mahasiswa, staf atau dosen juga dilakukan sesuai dengan kebutuhan pada kelompok tertentu. Dalam melakukan koordinasi, rektor secara spesifik mengkategorikan terlebih dahulu pihak yang dipercaya untuk koordinasi, sesuai dengan kasus yang dihadapi. Setelah melewati krisis secara umum belum ada upaya khusus untuk mengevaluasi dan mengambil pelajaran dari krisis yang telah dihadapi.

Penelitian yang lainnya datang dari Khoirotunniswah (2019, hlm. 62) ia menyampaikan Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dari yang ia lakukan temuan yang dihasilkan menunjukkan bahwa konsep manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang dilakukan dengan tahapan evaluasi diri untuk mengetahui mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan, dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Kemudian program kerjanya yaitu menyusun atau merencanakan kegiatan yang akan dilakukan, dilanjutkan dengan pelaksanaan, dan yang terakhir yaitu control atau pengawasan. Citra Lembaga di MTsN 3 Jombang dikatakan baik karena setiap tahunnya jumlah pendaftar dan peserta didik mengalami peningkatan dan rata-rata dari berbagai daerah di nusantara. Dengan begitu respon dari masyarakat dan wali murid juga baik. Manajemen humas dalam membangun citra dilakukan dengan melakukan promosi melalui brosur, *website*, media sosial, bazar dan lomba atau olimpiade juga dengan upaya menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekrutmen guru, rekrutmen siswa dan siswi. Mengadakan khotmil Qur'an sebagai sarana komunikasi dan silaturrohmi. Kemudian juga melalui kerja sama dengan polisi dan mitra kerja lainnya. Dan dapat dilakukan dengan menyelenggarakan bakti sosial. Dengan adanya kegiatan tersebut bisa membantu masyarakat dan juga menjaga komunikasi antara madrasah dengan masyarakat.

Lebih jauh lagi, Fahrurrozi (2014, hlm.64) penelitiannya dilatar belakangi oleh tingginya minat masyarakat terhadap PAUD, lembaga-lembaga pendidikan menerapkan berbagai strategi untuk menarik minat masyarakat. Penelitian ini dilakukan di pada Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini yang berkarakteristik Islam dan tersebar di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Lembaga PAUD Islam tersebut antara lain TKI Miftahul Jannah, TKI Masjid Al Azhar, RA Darul Ulum, dan RA Nurul Islam. Adapun, hasil penelitian menunjukkan, bahwa: 1) Terdapat pengaruh signifikan variabel bebas secara bersama-sama dalam menciptakan image sebesar

65%, sedangkan 35% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Pada coefficients, uji t/parsial terlihat bahwa variabel persepsi tentang Produk (X1) dan Harga (X2) secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Image (Z). Variabel persepsi tentang Promosi (X2) secara statistik tidak signifikan memengaruhi variabel image (Z). 2) Terdapat pengaruh signifikan variabel bebas (faktor produk, promosi, harga, dan image) secara bersama-sama (simultan) dalam membentuk loyalitas orang tua siswa, yaitu sebesar 62%. Dengan demikian hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Pada Coefficients, uji t/parsial terlihat bahwa variabel persepsi tentang Produk (X1), Harga (X3) dan Image (Z) secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas orang tua siswa (Y). Sementara itu variabel persepsi tentang Promosi (X2), tidak berbeda dari uji hipotesis pertama, secara statistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. 3) Variabel Image (Z) efektif mempengaruhi hubungan antara variabel bebas persepsi tentang Produk (X1) dan Harga (X3) dengan variabel Loyaitas orang tua siswa (Y). Selain dari kerjasama yang terjalin dengan baik antara pihak sekolah dengan orangtua murid. Kinerja hubungan masyarakat dalam membentuk citra juga dapat menarik loyalitas konsumen masyarakat.

Kemudian bersamaan dengan munculnya dampak abad ke 21 yang ditandai adanya revolusi industri dan digitalisasi yang meningkat dalam seluruh aspek kehidupan, sehingga hal tersebut memberikan pengaruh terhadap bidang pendidikan khususnya dalam hal yang melibatkan proses padu padan antara kepentingan sosial dengan pendekatan promosi pendidikan, mengingat lingkungan pendidikan bukanlah suatu badan yang berdiri sendiri, melainkan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat luas. Ia sebagai sistem terbuka yang selalu mengadakan hubungan kerja sama yang baik dengan masyarakat, secara bersama-sama membangun pendidikan. Hal ini sangat mungkin, sebab dalam era teknologi modern seperti sekarang ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan menjadi modal utama dalam membangun dan memajukan bangsa termasuk masyarakat itu sendiri. Sehubungan

dengan itu, maka manajemen hubungan masyarakat dalam bidang pendidikan sangat perlu diperhatikan karena akan berdampak pada loyalitas orangtua peserta didik serta kesejahteraan *stakeholder* lembaga pendidikan dalam jangka panjang sehingga perlu sekali adanya pemasaran pendidikan. Sakti dalam (Suminar 2017, hlm.5) mengungkapkan bahwa kompetensi sekolah saat ini menjadi amat penting dalam memunculkan keunikan dan proses *brandingnya*. Reputasi dan pencitraan dapat dibentuk secara internal melalui pengembangan program internal lembaga dan secara eksternal melalui manajemen hubungan masyarakat (*public relations*) dan pengayaan program humas yang terencana, mumpuni, dan berkualitas. Penekanan pada program humas ini didasari oleh pendapat Cutlip & Center dalam (Musyarrofah, 2018, hlm.12) yang mengidentifikasi hubungan masyarakat sebagai suatu fungsi manajemen yang memiliki tujuan dan fungsi untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik, menguntungkan, serta bermanfaat antara lembaga dan publiknya, yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut. selain itu, menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, kegiatan mengatur hubungan sekolah dengan masyarakat meliputi beberapa hal yakni; Mengatur hubungan sekolah dengan orang tua peserta didik, Memelihara hubungan baik dengan dewan pendidikan dan komite sekolah, Memelihara dan mengembangkan hubungan sekolah dengan lembaga-lembaga pemerintah, swasta dan organisasi sosial dan Memberi pengertian kepada masyarakat tentang fungsi sekolah, melalui bermacam-macam teknik komunikasi (majalah, surat kabar dan mendatangkan sumber). Berdasarkan hal itu, dengan kata lain manajemen humas menjadi kunci dalam penguatan eksistensi dan penanaman citra serta reputasi lembaga di mata publik. Berdasarkan hal tersebut, maka lembaga menyusun program hubungan masyarakat eksternal dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui program keterlibatan orang tua.

Adapun sebagai contoh salah satu lembaga pendidikan yang dianggap memiliki citra yang bagus di mata konsumen pendidikan adalah SD Plus 2 Al-Muhajirin, sebuah sekolah yang terus menunjukkan eksistensinya. Sekolah tersebut

juga termasuk salah satu sekolah yang dapat menarik loyalitas dan kepercayaan dari orang tua peserta didik untuk menyekolahkan anaknya, yang mana seperti kita ketahui bahwa jenjang pendidikan sekolah dasar bisa dikatakan sebagai pendidikan yang memiliki peranan penting mengingat untuk mengembangkan masa-masa keemasan anak, untuk melengkapi kebutuhan kognitif, emosional, serta kepribadian anak dan juga guna mempersiapkan mereka memasuki jenjang pendidikan selanjutnya. Kemudian, secara latar alaminya sekolah tersebut merupakan sekolah yang ada di bawah naungan Al-Muhajirin *Islamic Boarding School*, sekolah yang terletak di kota Purwakarta. Melalui konsep dan visi misinya, mereka telah banyak mendapatkan prestasi pada berbagai bidang. Sehingga dapat dikatakan bahwa SD Plus 2 Al-Muhajirin sebagai sekolah unggul dan mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Selain itu, jika dilihat dari proses *branding* yang telah mereka lakukan di berbagai media sosial, SD Plus 2 Al-Muhajirin menunjukkan berbagai inovasi, mulai dari penggunaan media sosial seperti; *instagram*, kanal *youtube* dls. Pencapaian tersebut tentu tidak bisa dielakkan karena campur tangan hubungan masyarakat yang ada di SD Plus 2 Al-Muhajirin . Dengan demikian, berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti ingin menelaah lebih dalam mengenai manajemen hubungan masyarakat di SD Plus 2 Al-Muhajirin, dengan judul penelitian **“Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) dalam Membangun Citra Sekolah dan Loyalitas Konsumen Pendidikan Studi Kasus di SD Plus 2 Al-Muhajirin Purwakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimanakah Manajemen Kinerja Hubungan Masyarakat (HUMAS) dalam membangun Citra Sekolah di SD Plus 2 Al-Muhajirin ”. Kemudian masalah yang akan dikaji tersebut dapat dijabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perumusan perencanaan (*Planning*) program atau kegiatan humas di SD Plus 2 Al-Muhajirin?

2. Bagaimana proses pelaksanaan (*Implementing*) kinerja humas dalam di SD Plus 2 Al-Muhajirin?
3. Bagaimana proses evaluasi (*Evaluating*) kinerja humas di SD Plus 2 Al-Muhajirin?
4. Bagaimana peran manajemen hubungan masyarakat di SD Plus 2 Al-Muhajirin dalam membangun citra sekolah dan loyalitas konsumen pendidikan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun konteks penelitian yang pada penyusunan penelitian ini memiliki tujuan umum untuk mendeskripsikan dan menganalisis manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra dan loyalitas konsumen pendidikan. Selaras dengan perumusan di atas, maka tujuan khusus dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Diketuainya perumusan perencanaan (*Planning*) program atau kegiatan dalam humas di SD Plus 2 Al-Muhajirin.
2. Teranalisisnya proses pelaksanaan (*Implementing*) kinerja humas di SD Plus 2 Al-Muhajirin.
3. Diketuainya evaluasi (*Evaluating*) pengembangan kinerja humas di SD Plus 2 Al-Muhajirin.
4. Terusulkannya sebuah konsep yang berkaitan dengan manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra dan loyalitas konsumen pendidikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui uraian tujuan diatas, maka pada penelitian ini diharapkan dapat berguna secara akademis, teoritis maupun praktis. Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian yang akan dilakukan ini:

1. Secara teori, dapat memperkaya wawasan dan kajian ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen hubungan masyarakat, dan proses membangun citra (*brand image*) dan loyalitas konsumen pendidikan.

2. Manfaat praktis yang dapat dirasakan adalah sebagai bahan pijakan sekolah dalam membuat dasar kebijakan serta proses perencanaan komunikasi strategis untuk membangun dan meningkatkan citra (*brand image*) dan loyalitas konsumen pendidikan.
3. Kemudian secara kegunaan sosial, yakni menjadi serta bermanfaat secara sosial untuk menjadi sumber rujukan sekolah dalam proses perencanaan manajemen dalam membangun proses citra (*brand image*) dan loyalitas konsumen pendidikan.

1.4 Struktur Organisasi Tesis

Demi keteraturan pelaporan dan presentasi hasil penelitian, sistematika penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

BAB I berisi mengenai pendahuluan, yang mencakup latar belakang masalah yang mana memaparkan kondisi lapangan yang akan diangkat kemudian disertakan pula dengan contoh dan teori yang mendukung, diikuti dengan adanya GAP (kekosongan) yang perlu diisi dengan melakukan pendalaman terhadap topik yang akan diteliti, lalu identifikasi masalah, rumusan masalah terkait pertanyaan penelitian yang akan diteliti, serta tujuan dan manfaat dari penelitian.

BAB II adalah landasan teoritis, yang berisi teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilaksanakan. Dengan kata lain bab ini secara khusus memaparkan konsep dan teori yang dikemukakan oleh para ahli dan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan untuk mendukung variabel penelitian serta sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian dan menjadi rujukan dalam proses menjawab rumusan masalah.

BAB III berisi tentang metodologi penelitian, penjabaran rinci mengenai desain penelitian, justifikasi pendekatan yang di pilih, pemilihan lokasi, sampel yang diambil, jadwal penelitian dan prosedur penelitian serta instrumen

yang digunakan, termasuk penjelasan dan penjabaran prosedur dan tata cara analisis data.

BAB IV mencakup pelaporan temuan dan pembahasan hasil penelitian, pengolahan data dan analisis terkait permasalahan yang ada, serta merupakan pemaparan jawaban dari rumusan permasalahan penelitian.

BAB V berisi kesimpulan dan rekomendasi, memaparkan interpretasi dan implikasi general terhadap temuan dari hasil penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian di masa depan dengan topik dan variabel yang serupa.