

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada jaman sekarang ini, pendidikan merupakan hal yang terpenting bagi semua orang. Para orangtua ingin menyekolahkan anaknya di sekolah yang sudah memiliki pengalaman yang panjang di bidang akademis dengan harapan anaknya bisa menjadi besar dan memiliki akhlak yang baik dikemudian hari, hal pertama yang dicari oleh para calon orangtua murid adalah sekolah yang memiliki citra, pandangan atau kesan baik di masyarakat luas karena sekolah merupakan tempat pendidikan kedua setelah pendidikan yang diberikan orangtuanya di rumah. Citra sekolah juga merupakan hal yang penting, membangun serta mempertahankan citra sekolah adalah merupakan tugas humas sekolah dan untuk menarik para calon orangtua untuk mempercayakan anaknya kepada sekolah tersebut.

Citra merupakan pandangan masyarakat terhadap perusahaan atau lembaga. Citra dengan sengaja dibentuk agar masyarakat mempunyai sudut pandang kepada sebuah perusahaan atau sebuah lembaga. Citra suatu hal yang hendak dicapai di dunia kehumasan (Hubungan Masyarakat) atau PR (*Public Relations*) karena dengan citra masyarakat dapat menentukan baik buruknya sebuah perusahaan atau lembaga. Sebuah perusahaan atau lembaga harus mempunyai citra positif dan membangun reputasi dan prestasi yang akan dicapai agar masyarakat mempunyai pandangan khusus terhadap perusahaan atau lembaga tersebut.

Pengertian dari citra itu sendiri sebenarnya abstrak dan tidak dapat di ukur secara *matematik* akan tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penerimaan baik atau buruk, serta tanggapan positif atau negatif yang datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Masyarakat akan mampu menilai bahwa sebuah perusahaan atau lembaga tersebut merupakan perusahaan yang mempunyai kualitas tinggi dari citra, reputasi dan prestasi yang dicapainya. (Ruslan, 2005: 74)

Pandangan dan tanggapan masyarakat tersebut terhadap perusahaan atau lembaga akan menimbulkan kesan baik, dan menguntungkan bagi citra perusahaan atau lembaga yang diwakili oleh pihak humas (Hubungan Masyarakat) atau PR (*Public Relations*), karena biasanya landasan awal timbulnya citra positif terhadap perusahaan atau lembaga adalah sebuah nilai-nilai kepercayaan yang nyata dan sudah terbukti manfaatnya. Dari rasa kepercayaan tersebut akan muncul suatu proses cepat atau lambat, dari satu individu ke individu lainnya yang akan menimbulkan suatu opini publik di masyarakat luas, hal tersebut dinamanya *image* perusahaan (citra). (Ardianto 2016:62)

Citra dibagi menjadi dua jenis yaitu citra positif dan citra negatif. Citra positif merupakan kesan, pandangan atau persepsi baik yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap perusahaan atau lembaga ataupun sebaliknya, sedangkan citra negatif merupakan kesan, pandangan atau persepsi buruk yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap perusahaan atau lembaga. Membangun dan mempertahankan citra perusahaan atau lembaga merupakan dua hal yang berbeda. Mempertahankan citra dimata masyarakat luas bukanlah hal yang mudah sebuah

perusahaan atau lembaga harus terus berinovasi untuk mempertahankan citranya didalam masyarakat. (Jefkins 2015: 23)

Citra dimata masyarakat dipandang sebagai salah satu faktor yang penting karena dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan sasaran pasar. Oleh karena itu, citra juga dipandang sebagai salah satu aset paling penting yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan atau lembaga. Membangun citra positif merupakan suatu bagian dari pekerjaan seorang humas atau *public relation officer* (PRO). Sebenarnya pencitraan bukan hanya dilakukan oleh seorang PR namun dilakukan oleh semua karyawan dan semua pihak yang terlibat di perusahaan tau lembaga tersebut karena kesan pertama yang didapat oleh masyarakat adalah dengan melihat para karyawan dan semua pihak yang terlibat dengan perusahaan atau lembaga tersebut.

Sutojo dalam buku Ardianto (2016: 63) yang berjudul *Handbook of Public Relations* menjelaskan bahwa citra merupakan gambaran dari jati diri seseorang, benda atau oerorganisasi. Citra sebagai bentuk pandangan masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Pandangan seseorang terhadap sebuah perusahaan atau lembaga tersebut pasti didasari oleh pengetahuan yang mereka kita tentang perusahaan atau lembaga tersebut.

Penjelasan di atas merupakan sebuah gambaran tentang citra perusahaan sebagai pandangan masyarakat terhadap perusahaan atau lembaga. Pandangan masyarakat terhadap perusahaan atau lembaga sangat mempengaruhi terhadap citra perusahaan dimata masyarakat luas menggunakan metode-metode tertentu yang biasa terjadi di

kalangan masyarakat. Humas perusahaan atau lembaga mempunyai kewajiban untuk mempertahankan citra yang sudah terbentuk di masyarakat dengan terus berinovasi dan tetap menjalankan misi utama perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujuan tertentu.

Tugas humas yaitu menjembatani hubungan baik antar perusahaan atau lembaga ataupun menjembatani hubungan baik antara perusahaan atau lembaga dengan khalayak luas. Tujuannya untuk terciptanya rasasaling pengertian, munculnya rasa saling percaya dan terjalinnya kerjasama yang baik antara perusahaan atau lembaga atau kerjasama antar publik internal dan public eksternal. seperti Al-Ma'soem yang menjalin hubungan baik dengan dengan orangtua murid.

Berdasarkan data hasil pra observasi dengan bapak Kepala Sekolah yaitu Bapak Deni Purwadi pada tanggal 22 Februari 2020 seperti berikut ini:

“Sesuai dengan visi dari sekolah SMA Al-ma'soem sendiri yaitu unggul dalam prestasi, berakhlakul kharimah dan berdisiplin. Kami selaku orangtua pengganti orangtua dirumah selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada anak-anak. Ketika ada anak yang melanggar kami menggunakan sistem poin. Misalnya keterlambatan dalam ke sekolah kesiswaan memberikan poin dengan maksud agar anak tersebut tidak melanggar lagi. Citra sekolah yang sudah dibangun dengan sangat baik ini harus di pertahankan salah satunya adalah dengan menjaga kepercayaan orangtua murid karna banyak yang sekolah SMP nya di Al-ma'soem juga dan mereka melanjutkan sekolah nya di SMA Al-ma'soem”.

Al-Ma'soem merupakan lembaga pendidikan yang diamanahi oleh orang tua murid untuk memberikan pendidikan di luar keluarga, saat ini Al-Ma'soem sudah meluluskan banyak sekali alumni dan banyak dari alumni tersebut yang masuk perguruan tinggi negeri dengan nilai dan prestasi yang meraka capai. (Sekolah Menengah Atas) SMA Al-Ma'soem sendiri merupakan bagian dari yayasan

pendidikan yang terkenal di Bandung Timur. Berbagai prestasi yang diraih oleh siswa dan siswi dari (Sekolah Dasar) SD, (Sekolah Menengah Pertama) SMP, hingga (Sekolah Menengah Atas) SMA di publik eksternal menjadikan Al-Ma'soem sebagai salah satu sekolah yang terkenal di kawasan Bandung Timur dan kepercayaan orangtua murid merupakan salah satu faktor yang utama yang menyebabkan Al-Ma'soem dikategorikan sebagai salah satu sekolah yang terkenal dan terpercaya.

Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-Ma'soem adalah salah satu sekolah swasta yang berada di kawasan Bandung Timur memiliki citra positif di masyarakat sekitar khususnya dilingkungan sekolah. Memiliki sekolah dengan sistem tersendiri dan berbeda dengan sekolah-sekolah disekitarnya. Mempunyai seragam dengan warna berbeda dari sekolah-sekolah lainnya menjadikan mudah dikenali dan membentuk persepsi masyarakat dengan tingkah laku pada saat menggunakan seragam sekolah merupakan salah satu faktor yang membangun citra sekolah menjadi seperti sekarang ini.

Berdasarkan data hasil pra observasi dengan Reyna yang merupakan salah satu alumni dari SMP dan SMA Al-Ma'soem pada tanggal 25 Februari 2020, seperti berikut ini:

“Alasan memilih sekolah di Al-Ma'soem dikarenakan Al-Ma'soem merupakan sekolah yang menggunakan sistem *full day* yaitu sekolah dengan jam pulang sekolah sore hari, kebanyakan dari siswa yang merupakan anak dari orangtua yang bekerja dan di Al-Ma'soem juga tidak ada jam kosong ketika guru utama yang mengajar itu menghadiri rapat”.

Peran humas sekolah di Al-ma'soem sangatlah penting untuk membangun serta mempertahankan citra sekolah dimata orangtua murid dan calon orangtua murid. Humas sekolah terus berinovasi untuk mempertahankan kepercayaan orangtua murid sehingga dapat meningkatkan daya minat orangtua dalam menyekolahkan anaknya di Al-Ma'soem. Memperbaiki fasilitas, menambah bahan ajar yang semakin kreatif merupakan salah satu upaya humas Al-Ma'soem untuk mempertahankan citranya di masyarakat luas terutama pada orangtua murid yang sudah mempercayakan anaknya untuk didik serta mengasah dan mengembangkan kemampuan anaknya didalam bidang sains ataupun olahraga. Fasilitas yang semakin lama semakin bagus menjadikan Al-Ma'soem mempunyai nilai jual lebih dimasyarakat, selain mempunyai fasilitas yang bagus Al-Ma'soem juga memiliki tenaga pendidik yang sangat luar biasa. Para guru yang sangat meragkul, membina serta mengontrol murid-muridnya menjadi ciri khas bagi yang menyekolahkan anaknya di Al-Ma'soem karna belum disekolah lain mendapatlan fasilitas tersebut. Menggunakan sistem poin kepada siswa atau siswi yang melanggar aturan merupakan salah satu cara sekolah untuk mendisiplinkan siswanya dalam berperilaku. Mengembangkan potensi siswa baik itu didalam bidang akademis ataupun dalam ekstrakurikuler sebagai salah satu usaha untuk memajukan diri siswa yang dibantu oleh para pembina serta guru-guru.

Kegiatan humas sekolah sebenarnya untuk memperlancar komunikasi dengan pihak internal dan eksternal, dan kerjasama dengan masyarakat sekitar. Seperti yang dilakukan oleh humas SMA Al-Ma'soem yang melakukan kerjasama dengan masyarakat seperti dalam pengelolaan sampah dan ternak hewan kurban.

Menyampaikan informasi kepada masyarakat secara menyeluruh agar tidak terjadi kesalahan informasi yang akan disampaikan. (Hidayat, 2017: 48)

Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem merupakan satu-satunya sekolah swasta yang tidak menerima bantuan dana (khususnya Bantuan Operasional Sekolah/ BOS) dari pemerintah di daerah Kabupaten Sumedang. Mereka merasa masih bisa memenuhi kebutuhan sekolah dengan caranya mereka sendiri, jadi mereka tidak bergantung pada bantuan yang ditawarkan oleh pemerintah namun masih terikat dengan pemerintah yaitu dengan Kementerian Pendidikan. (hasil wawancara dengan warga sekitar sekolah pada tanggal 24/11/2020)

Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-ma'soem berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem. Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-ma'soem sendiri mempunyai banyak prestasi yang diraih oleh para siswa dan siswinya. Beberapa orangtua murid yang sudah menyekolahkan anaknya di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Al-Ma'soem pun berpikir untuk menyekolahkan anaknya di Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-Ma'soem dengan alasan sudah percaya dengan Yayasan Pendidikan Al-Ma'soem. Berbagai prestasi dan fasilitas yang lengkap serta citra sekolah baik dimata masyarakat luar pun membuat SMA Al-ma'soem menjadikan salah satu sekolah yang populer dimasyarakat mempunyai ciri khas pada seragam membuat para siswa dan siswi SMA Al-ma'soem mudah dikenali oleh masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti mengambil judul penelitian **“Strategi Mempertahankan Citra Al-ma'soem sebagai Sekolah Populer di Bandung timur”**.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertumpu pada Strategi Mempertahankan Citra Al-ma'soem Sebagai Sekolah populer Di Bandung Timur". Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti menentukan fokus masalah sebagai berikut ini:

1. Bagaimana membangun citra Sekolah SMA Al-Ma'soem untuk menjadi sekolah yang populer di Bandung Timur?
2. Bagaimana mempertahankan citra Sekolah SMA Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur?
3. Bagaimana meningkatkan citra Sekolah SMA Al-Ma'soem di masa pandemi?
4. Bagaimana memperbaiki citra sekolah SMA Al-Ma'soem agar tetap menjadi sekolah populer di Bandung Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini berdasarkan fokus penelitian di atas sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui membangun citra Sekolah SMA Al-Ma'soem untuk menjadi sekolah yang populer di Bandung Timur
2. Untuk mengetahui mempertahankan citra Sekolah SMA Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur
3. Untuk mengetahui meningkatkan citra Sekolah SMA Al-Ma'soem di masa pandemi

4. Untuk mengetahui memperbaiki citra sekolah SMA Al-Ma'soem agar tetap menjadi sekolah populer di Bandung Timur

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menjadi salah satu referensi informasi baru dibidang ilmu komunikasi khususnya untuk jurusan ilmu komunikasi humas (*public relations*) dan menjadi masukan untuk PRO (*Public Relation Officer*) dan menerapkan mata kuliah Ilmu Pengantar Humas dan Manajemen *Public Relations* yang telah dipelajari selama perkuliahan serta menjadi masukan bagi Hubungan Masyarakat (humas) Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-ma'soem untuk menjadi yang lebih baik lagi.

1.4.2 Kagunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi humas dan memberikan *feed back* yang baik bagi SMA Al-ma'soem karena penelitian ini berkaitan dengan upaya membentuk dan mempertahankan citra perusahaan atau lembaga dimata masyarakat luas serta memberikan motivasi kepada rekan-rekan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi humas untuk lebih lajut dalam penelitian serta dalam pengembangan ilmu komunikasi humas dan serta untuk menambah pengetahuan bagi para PRO (*Public Relations Officer*) dalam menjalankan

pekerjaannya di perusahaan atau lembaga tempat mereka bekerja serta dapat memberikan dampak positif terhadap SMA Al-ma'soem.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan mempelajari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan kesamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pembanding serta pelengkap yang memadai untuk melakukan penelitian, sehingga penelitian ini mendapatkan lebih banyak dan memperkuat kajian yang akan dikaji oleh peneliti, oleh karena itu peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap dapat memperkuat data yang peneliti dapatkan dari pra penelitian yang sudah peneliti lakukan dan data dari penelitian terdahulu tersebut akan menjadi bahan masukan bagi peneliti yang terkait dengan penelitian yang sejenis yang akan peneliti laksanakan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Intan Ayu Lestari mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2018). Penelitian ini berjudul *“Pengelolaan Website Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga : Analisis Deskriptif Pada Website Yayasan Pendidikan Al-ma'soem”* penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dan komunikasi yayasan pendidikan al-ma'soem dalam meningkat citra lembaga melalui *website*. (digilib.uinsgd.ac.id) Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *website* saat ini dirasa sangat efektif untuk memberikan informasi baik untuk lembaga pendidikan ataupun dimasyarakat luas. Yayasan pendidikan al – ma'soem mengemukakan empat

tahapan untuk meningkatkan citra positif melalui website, empat tahapan tersebut yaitu *fact finding, plainning and programing, taking actions and communication* dan *evaluation*.

Penelitian terdahulu ini memberikan pemikiran yang positif bagi peneliti karena penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan objek dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Namun penelitian terdahulu ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni penelitian terdahulu ini berfokus pada pengelolaan website dalam meningkatkan citra lembaga sedangkan fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mempertahankan citra lembaga sebagai sekolah bergengsi di daerah Bandung timur.

Kedua, penelitian ini dilakukan oleh Rizky Nur Apriliansyah mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2018). Penelitian ini berjudul "*Strategi mempertahankan citra lembaga melalui Intelligence Media Management: Analisis deskriptif kualitatif pada Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat*" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *intelligence media management* untuk mempertahankan citra lembaga. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa *intelligence media management* dalam menghadapi pemberitaan hoax dan negatif dan cara untuk menghadapi hal tersebut. Sehingga pemberitaan negatif yang beredar tidak meresahkan warga dan pemberitaan tersebut tidak merusak citra biro humas dan protokol pemerintahan provinsi Jawa Barat.

Penelitian terdahulu ini memberikan pemikiran positif bagi peneliti karena penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan dan perbedaan bagi peneliti untuk melanjutkan penelitian. Kesamaan dari penelitian terdahulu ini memiliki fokus penelitian yakni mempertahankan citra lembaga namun memiliki obyek yang berbeda dan tema yang berbeda dengan peneliti. Obyek penelitian terdahulu yaitu lembaga biro humas dan protokol pemerintahan provinsi Jawa Barat sedangkan obyek peneliti yaitu SMA Al-ma'soem. Tema penelitian terdahulu juga berbeda dengan peneliti yaitu tema penelitian terdahulu mempertahankan citra melalui *Intelligence Media Management* sedangkan peneliti mempertahankan citra lembaga sebagai sekolah populer di daerah Bandung Timur.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Ucu Irvan Gumilar mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2016). Penelitian ini berjudul "*Strategi Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran Dalam Membangun Citra*" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi program sekretariat daerah kabupaten Pangandaran dalam membangun citra. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil dari penelitian terdahulu ini menyimpulkan keterbukaan informasi seputar pemerintah kabupaten Pangandaran kepada media masa dapat membangun *image building* di mata publik dan berinovasi dalam program kerja juga sangatlah penting untuk membina hubungan baik dengan masyarakat dan juga media masa dalam memberikannya tersebut.

Penelitian terdahulu ini memberikan dampak pemikiran positif terhadap peneliti karena memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Kesamaan penelitian terletak pada tema yang diambil yaitu sama-sama mempertahankan citra lembaga. Namun ada pula perbedaan yang terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian terdahulu penelitiannya di daerah kabupaten pangandaran sedangkan peneliti bertempat di SMA al-ma'soem. Fokus penelitian juga berbeda yakni fokus penelitian terdahulu baru saja akan membangun citra lembaga sedangkan peneliti berfokus pada mempertahankan citra lembaga.

Kempat, penelitian ini dilakukan oleh Sani Tya Irawan mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2019). Penelitian ini berjudul “*Strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra positif lembaga: Studi kualitatif pada humas sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur jalan Baros Sukataris Kecamatan Karangtengah Kabupaten Cianjur*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara humas SMP Negeri 2 Karangtengah dalam meningkatkan citra positif yang sudah terbentuk di masyarakat dan orangtua murid. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil dari penelitian terdahulu ini menyimpulkan bahwa pembentukan citra dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari permasalahan yang ada di sekolah bidang humas sekolah melakukan analisis baik secara internal maupun eksternal agar masalah tersebut tidak merusak citra sekolah yang sudah dibangun dari waktu ke waktu serta bidang humas harus bisa meningkatkan citra sekolah untuk lebih menarik minat calon orangtua murid untuk mempercayakan anaknya untuk didik di sekolah tersebut.

Penelitian terdahulu ini memberikan pemikiran positif kepada peneliti karena penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada obyek penelitian, penelitian terdahulu dilakukan di SMP Negeri 2 Karangtengah sedangkan peneliti di yayasan pendidikan al-masoem perbedaan juga terlihat pada konsep penelitian dimana penelitian terdahulu menggunakan konsep meningkatkan citra lembaga sedangkan peneliti menggunakan konsep mempertahankan citra lembaga.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh Ade Serli Meilani Mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2018). Penelitian ini berjudul “*Community relations dalam mempertahankan citra: Analisis deskripsi pada Bandung Korea Community Komplek Setrasari Mall B-3 No.81 Jalan Terusan Sutami Sukajadi*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program community relations dalam mempertahankan citra komunitas. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil penelitian terdahulu ini menyimpulkan bahwa program community relations dapat mempertahankan citra komunitas. Citra yang sudah terbentuk dengan sendiri dan program komunitas yang dijalankan dengan baik oleh para anggota komunitas menjadi salah satu faktor dalam pembentukan citra dan mempertahankan citra komunitas melalui program komunitas.

Penelitian terdahulu ini memberikan dampak pemikiran positif bagi peneliti karena penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan serta perbedaan dengan

penelitian yang akan peneliti lakukan. Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada konsep mempertahankan citra dan perbedaan terletak pada obyek dan tema penelitian, objek penelitian dipenelitian terdahulu ini adalah bandung korea community, konsep yang penelitian terdahulu menggunakan tema community relations sedangkan penelitian yang akan dilakukan objek yang akan diteliti adalah yayasan pendidikan al-ma'soem dan menggunakan tema penelitian mempertahankan citra lembaga.



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

| Nama peneliti dan tahun penelitian | Judul peneliti | Metode penelitian | Hasil penelitian | Relavansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan | Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan |
|------------------------------------|--|--|---|--|---|
| Intan Ayu Lestari/ 2018 | Pengelolaan website dalam meningkatkan citra positif lembaga: analisis deskriptif pada website yayasan pendidikan al-ma'soem | Analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif | Pengelolaan website untuk meningkatkan citra positif lembaga menggunakan 4 steps public relations | Memiliki objek yang sama yaitu yayasan pendidikan al-ma'soem | Penelitian ini berfokus pada pengelolaan website sedangkan peneliti berfokus pada citra lembaga |
| Rizky Nur Apriliansyah/ 2018 | Strategi mempertahankan citra lembaga melalui inteligensi media menagemet (analisis deskriptif kualitatif pada humas pemerintah provinsi Jawa Barat) | Pendekatan kualitatif dan metode deskriptid kualitatif | Pemprov Jabar melakukan sistem kerja cepat tanggap untuk pemberitaan hoax atau pemberitaan benar agar tidak merusak citra lembaga | Kesamaannya adalah mempertahankan citra lembaga | Memiliki objek penelitian yang berbeda |
| Ucu Irvan Gumilar/ 2016 | Strategi srekretariat daerah kabupaten | Pendekatan kualitatif dengan | Melakukan kertbukaan informasi tentang | Memiliki fokus pada citra lembaga | Tenpat penelitian yang berbeda dan masih dalam tahapan |

| | | | | | |
|-------------------------|--|---|--|--|--|
| | pangandara dalam membangun citra | metode studi kasus | kegiatan pemerintah kabupaten pangandaran | | membangun citra sedangkan penilit dalam tahapan mempertahankan citra lembaga |
| Sani Tya Irawan/ 2019 | Strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra positif lembaga. (studi kualitatif deskriptif pada humas sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah cianjur. Jln. Baros sukataris kec karangtengah kab cianjur) | Studi deskriptif kualitatif | Program sekolah dalam meningkatkan citra sekolah dengan menganalisis faktor internal dan eksternal | Kesamaan meneliti tentang strategi humas sekolah | Memiliki perbedaan objek sekolah dan pada meningkatkan citra sedangkan peneliti mempertahankan citra sekolah |
| Ade Serli Meilani/ 2018 | Community relations dalam mempertahankan citra: analisi deskriptif pada Bandung Korea Community Komplek Setrasari Mall B-3 No.81 Jalan Terusan Sutami Sukajadi | Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif | Untuk menggambarkan kegiatan Bandung Korea Community dalam mempertahankan citra lembaga | Kesamaan dalam mempertahankan citra lembaga | Perbedaan dari objek penelitian dan fokus penelitian yaitu community relations sedangkan peneliti meneliti humas sekolah |

1.5.2 Landasan Teoritis

Sebuah lembaga harus mempunyai sebuah usaha untuk mempengaruhi seseorang atau dalam kelompok besar. Lembaga tersebut harus mampu berhadapan dengan lingkungan yang meliputi publik internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kemampuan lembaga tersebut dalam mempertahankan serta meningkatkan tujuan yang hendak dicapai oleh lembaga tersebut. Dalam strategi komunikasi ada satu hal yang perlu di ingat oleh bagian humas lembaga yaitu penyaluran informasi yang tepat kepada publik eksternal agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan oleh lembaga.

Dalam menjalankan fungsi dan tujuannya sebuah lembaga memerlukan penyalur informasi yang terstruktur, seperti dalam konsep pemasaran sebuah lembaga membutuhkan penyuplai pesan, salah satu pendekatan yang digunakan oleh sebuah lembaga tersebut dalam membangun dan mempertahankan strategi komunikasi untuk mencapai tujuannya yaitu dengan menggunakan konsep SOSTAC, menurut Ilham Prisgunanto dalam bukunya Komunikasi Pemasaran (2006: 108-110) menjelaskan bahwa SOSTAC merupakan:

1. *Situation* (di mana kita sekarang) merupakan gambaran yang didapat dari pihak luar tentang SMA Al-Ma'soem saat ini. Situasi dan peran yang dijalankan oleh SMA Al-Ma'soem sudah di kenal dan diketahui oleh lingkungan terutama lingkungan sekitar yang berada didekat SMA Al-Ma'soem yang merupakan salah satu lembaga pendidikan yang cukup di minati dan berada di tengah-tengah persaingan yang ada di kawasan tersebut.

2. *Objectives* (ke mana kita akan melangkah): dikaitkan dengan visi dan misi SMA Al-Ma'soem dengan misi menjadi sekolah yang unggul dalam prestasi akademik dan non akademik, serta dengan komitmen pada penerapan akhlakul karimah dan kedisiplinan. Sedangkan visinya adalah melaksanakan proses pembelajaran dan bimbingan secara maksimal dan efektif, menjaga dan meningkatkan suasana yang tenang demi kelancaran proses pembelajaran, dalam menumbuhkan semangat kompetensi dan keunggulan kepada seluruh warga sekolah, mendorong dan mengembangkan minat dan potensi siswa melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang bermacam-macam, mendisiplinkan semua pihak yang terkait dengan sekolah melalui penerapan tata tertib yang bertanggung jawab dan konsisten, dan membentuk siswa menjadi pribadi yang berakhlakul karimah melalui pelajaran budi pekerti dan agama dengan memfokuskan pada praktek ibadah yang diajarkan.
3. *Strategy* (bagaimana mencapai tujuan): dikaitkan dengan jenis-jenis komunikasi untuk mempertahankan citra SMA Al-Ma'soem. Menjalin komunikasi yang baik dengan publik internal dan eksternal untuk dapat mempertahankan serta upaya untuk meningkatkan citra SMA Al-Ma'soem, diantaranya dengan menggunakan komunikasi personal yang dilakukan oleh dua orang. Komunikasi dilakukan agar pesan atau informasi yang akan disampaikan tidak menjadi salah yang menyebabkan kesalahpahaman. Penyusunan strategi dilakukan ketika sudah mengamati situasi dari SMA Al-Ma'soem.

4. *Tactics* (perincian dari strategi) merupakan proses komunikasi antara personal dengan cara mengajak serta memperkenalkan tentang SMA Al-Ma'soem dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok masyarakat kepada kelompok masyarakat lainnya. Selain itu dengan memberikan sosialisasi mengenai program-program SMA Al-Ma'soem dengan cara rapat secara formal dengan pihak sekolah, orangtua siswa, dengan pegawai pemerintah dan tokoh masyarakat yang berada di lingkungan sekitar SMA Al-Ma'soem. Dan melakukan promosi dengan menggunakan media online dan media ceta. Media online seperti website, instagram, youtube, dan facebook, sedangkan media cetak yaitu seperti brosur dan majalah sekolah.
5. *Action* (perincian dari taktik) merupakan aksi dari hal-hal yang sudah terencana untuk melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur melalui acara-acara yayasan dengan mengundang sekolah menengah pertama dari luar sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan dan mengajak untuk memilih SMA Al-Ma'soem untuk melanjutkan pendidikannya.
6. *Control* (pengukuran dan pengawasan) merupakan bentuk evaluasi program-program yang telah dilaksanakan SMA Al-Ma'soem sebagai salah satu cara untuk mempertahankan dan meningkatkan citra SMA Al-Ma'soem dalam jangka waktu yang panjang. Control ini bisa berupa bentuk kritik dan saran dari orangtua siswa dan, pihak sekolah dan tokoh masyarakat dengan melihat berapa banyak siswa yang masuk di setiap tahunnya dan prestasi apa saja yang telah diraih oleh siswa serta warga sekolah lainnya di setiap tahunnya.

1.5.3 Kerangka Konseptual

a. *Public Relations*

Public relations merupakan salah satu jenis pekerjaan yang mengurus segala macam pekerjaan yang terkait dengan komunikasi baik internal maupun eksternal didalam sebuah perusahaan atau lembaga. Tugas seorang PR (*Public Relations*) yaitu memastikan citra perusahaan atau lembaga agar tidak terlihat buruk di masyarakat.

Jefkins (2015: 10) dalam bukunya *Public Relations* edisi kelima menjelaskan bahwa *public relations* merupakan segala bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam ataupun ke luar, antara satu lembaga atau organisasi dengan khalayak dalam rangka untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Berdasarkan penjelsan di atas bahwa seorang PR (*Public Relations*) juga merupakan proses interaksi untuk menciptakan opini publik sebagai sarana yang menguntungkan bagi kedua belah pihak dan untuk menciptakan rasa saling pengertian, menumbuhkan motivasi serta partisipasi publik. seorang PR juga harus bisa menciptakan rasa saling percaya dalam membangun kerjasama antar organisasi atau lembaga agar tidak mengrugikan satu sama lainnya dan mampu menciptakan komunikasi dua arah secara internal dan eksternal untuk mencapai tujuan dari organisasi atau lembaga tersebut.

PR (*Public Relations*) menurut Cutlip, Center dan Broom (2006: 6) dalam bukunya *effective Public relations* menjelaskankah bahwa public ralations merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan

baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sukses atau gagalnya suatu perusahaan atau lembaga.

Berdasarkan penjelasan di atas menjelaskan bahwa PR (*Public Relations*) merupakan fungsi manajemen yang menghubungkan atau menjembatani antara duabelah pihak yang berbeda untuk mencapai tujuan yang sama agar terciptanya kerjasama antar perusahaan atau lembaga serta membina hubungan baik secara internal maupun eksternal.

F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations Teori dan Praktek* (1992: 202) menjelaskan *Public Relations* merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh kesan baik dari masyarakat kepada lembaga, kepercayaan, menumbuhkan saling pengertian antar sesama karyawan dan dengan masyarakat sekitar lembaga.

Yulianita dalam bukunya *Dasar-dasar Public Relatiosn* (2007: 43) menjelaskan bahwa tujuan public relations secara umum adalah untuk menciptakan citra yang baik, memelihara citra yang baik, meningkatkan citra yang baik, dan memperbaiki citra jika citra organisasi menurun atau rusak. Tujuan public relations pada umumnya menekankan tujuan pada aspek citra karena citra berkaitan dengan public relation yang mempunyai tugas untuk menciptakan kesan baik untuk organisasi atau sebuah perusahaan.

b. Citra

Ruslan (1995: 50) dalam bukunya *Praktik dan Solusi Public Relations* edisi kedua menjelaskan bahwa citra merupakan pandangan orang lain terhadap lembaga, citra juga merupakan tujuan utama dan sekaligus reputasi serta prestasi

yang hebdak dicapai oleh bidang kehumasan di suatu lembaga. Pengertian dari citra sendiri sebenarnya abstrak karena citra tidak terlihat bentuknya namun dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruknya dan positif atau negatif suatu lembaga oleh masyarakat.

Citra merupakan identitas lembaga atau perusahaan yang berkembang di masyarakat. Identitas perusahaan memiliki empat elemen dasar yaitu nama organisasi, lembaga, perusahaan, bentuk logo, bentuk huruf, dan jenis warna sebagai ciri khas. Perusahaan mengandalkan identitas perusahaan sebagai nilai jual dengan tujuan sebagai salah satu cara untuk mempopulerkan identitas perusahaan. (Jeflikins, 1998: 159).

Tanggapan atau penilaian tersebut merupakan hasil dari opini publik yang diciptkan sendiri oleh masyarakat terhadap lembaga, hasil dari tanggapan tersebutlah yang akan menjadi citra bagi lembaga. Seorang humas dilembaga tersebut harus menciptakan opini publik yang positif dan didasari dengan penelitian terlebih dahulu agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan serta menciptakan kesan yang baik kepada masyarakat. Citra akan menampilkan jati diri perusahaan yang dikenal dimasyarakat secara luas.

Sutojo dalam Ardiyanto (2016: 65) dalam bukunya *Hand Book Of Public Relations* menjelaskan bahwa ada tiga jenis citra yang dapat ditonjolkan atau ditampilkan oleh perusahaan yaitu :

1. Citra eksklusif: kemampuan perusahaan dalam menonjolkan jenis pelayanan terbaik serta menyajikan manfaat yang terbaik kepada konsumen atau pelanggannya.
2. Citra inovatif: kemampuan perusahaan dalam berinovasi dalam produk baru yang model serta desainnya tidak sama dengan produk yang disajikan oleh perusahaan-perusahaan lain.
3. Citra murah meriah: kemampuan perusahaan dalam menonjolkan citranya dalam produk yang memiliki kualitas terbaik namun memiliki harga yang murah.

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa citra merupakan suatu hal yang harus ditonjolkan oleh lembaga dan memiliki nilai jual yang sangat tinggi serta akan menjadi jati diri lembaga di masyarakat luas. Lembaga harus terus berinovasi untuk mempertahankan citra yang sudah dibentuk dimasyarakat. Citra dibentuk dan senantiasa dipertahankan oleh lembaga agar lembaga mempunyai ciri khas tersendiri dan tidak tertukar dengan lembaga yang lain.

c. Strategi

Strategi merupakan sebuah rencana yang menghubungkan dengan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan luar yang direncanakan untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan atau lembaga. Mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan program harus disusun menggunakan strategi agar program kerja tersebut tepat sasaran.

Definisi strategi dibagi menjadi dua yaitu secara umum dan secara khusus yaitu :

Definisi secara umum, strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan berjangka panjang organisasi dalam menentukan program kerja yang akan dilakukan sekarang ataupun dimasa yang akan datang disertai penyusunan suatu cara atau bagaimana agar tujuan perusahaan atau lembaga dapat dicapai dengan hasil yang diharapkan.

Definisi secara khusus, strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat secara terus-menerus, dan dilakukan berdasarkan sudut pandang mengenai apa yang diharapkan oleh para pelanggan atau konsumen di masa yang akan datang. Terjadinya perubahan inovasi pasar dan perubahan pola pemikiran konsumen terhadap sesuatu hal perubahan-perubahan tersebut memerlukan perencanaan agar konsumen atau pelanggan tidak berpindah kepada perusahaan yang lain.

Berdasarkan definisi di atas dapat menyimpulkan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan yang dilakukan oleh bidang tertentu di perusahaan atau lembaga untuk menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan atau konsumen. Sebuah perencanaan akan menghasilkan sebuah inovasi, inovasi tersebut mempertahankan image perusahaan di mata masyarakat.

d. Strategi PR dalam Mempertahankan Citra

Menurut Harwood Childs di dalam Ruslan (2005: 54-55) menjelaskan bahwa ada beberapa strategi *public relations* untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita seperti berikut ini:

a) *Strategy of Publicity*

Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan melalui proses publikasi suatu berita dan melalui kerjasama dengan berbagai media massa. Selain itu menggunakan taktik merekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian audience, sehingga akan menciptakan publisitas yang menuntungkan bagi perusahaan atau lembaga untuk membentuk opini publik dimasyarakat luas dan untuk menciptakan pandangan yang baik dari publik eksternal untuk perusahaan atau lembaga.

b) *Strategy of Persuation*

Berkampanye untuk membujuk khalayak melalui teknik persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat dari segi emosional dari suatu cerita, artikel, atau *features* berlandaskan *humanity interest*. Mengajak dan mempengaruhi khalayak untuk membangun sudut pandang yang baik bagi perusahaan atau lembaga sesuai dengan realitas yang sedang terjadi.

c) *Strategy of Argumentation*

Strategi *public relations* untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan bagi perusahaan atau lembaga, kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui berita yang dipublikasikan tersebut untuk mempertahankan opini publik sebelum adanya pemberitaan kurang baik tersebut.

d) *Strategy of Image*

Bagaimana seorang *public relations* menciptakan publikasi non komersial dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang menguntungkan bagi citra perusahaan atau lembaga secara keseluruhan dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan dan terhadap sesama maka khalayak dapat menilai bahwa perusahaan atau lembaga tersebut merupakan lembaga yang memiliki rasa peduli yang tinggi sehingga perusahaan atau lembaga dapat mempertahankan citranya dimata masyarakat luar.

Berdasarkan penejelasan di atas bahwa strategi PR merupakan hal yang paling penting untuk mempertahankan citra lembaga dan untuk menjaga kepercayaan konsumen. Mempertahankan tidaklah uldah bagi perusahaan atau lembaga namun tugas seorang PR harus mampu mempertahankan citra perusahaan untuk lembaga dengan menyusun berbagai cara dan strategi agar citra yang sudah terbentuk tidak mudah digoyahkan okeg pelaku-pelaku yang berbuat perilaku tidak menyenangkan terhadap perusahaan melalui strategi-strategi PR perusahaan atau lembaga dapat menghasilkan sebuah gagasan-gagasan baru untuk mempertahankan citra lembaga atau perusahaan di publik eksternal.

Strategi *public relations* mengacu pada proses pengumpulan data berdasarkan kejadian yang terjadi, menyusun rencana berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, mengkomunikasikan untuk melakukan rencana yang sudah disusun, dan mengevaluasi segala sesuatu yang di sudah di lakukan sesuai rencana yang sudah disusun sebelumnya. (Abdurahman, 2001: 31)

1.6 Langkah-langkah penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Jalan. Raya Cipacing No.22, Cipacing, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Pemilihan tempat penelitian ini didasarkan pada rasa keingintahuan peneliti terhadap strategi yayasan pendidikan al-ma'soem dalam mempertahankan citranya sebagai sekolah bergengsi di Bandung Timur.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma interpretif merupakan paradigma yang memandang bahwa kebenaran, realitas atau kehidupan nyata tidak memiliki satu sisi, tetapi dapat memiliki banyak sisi, sehingga dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan paradigma ini memiliki tingkat subyektifitas yang tinggi. (Nurhayati, Vol. 3 No. 1 tahun 2015).

Paradigma ini menganggap bahwa cara pandang yang bertumpu pada tujuan untuk memahami dan menjelaskan dunia sosial dari kacamata aktor yang terlibat didalamnya. Paradigma ini menjelaskan bahwa cara pandangan masyarakat terhadap suatu lembaga atau organisasi itu dibentuk berdasarkan opini publik yang sudah lebih dulu mengetahui lembaga atau organisasi tersebut. Peneliti menggunakan paradigma interpretif pada penelitian ini dengan memasukan pendapat masyarakat mengenai citra SMA Al-Ma'soem saat ini dimata masyarakat luas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Moleong (2005: 6) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa

penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pada penelitian ini yang nantinya peneliti menjelaskan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata bukan dengan angka dengan tujuan untuk mendeskriptifkan lebih mendalam terhadap objek atau situasi kondisi yang sedang diteliti oleh peneliti. penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana strategi Al-ma'soem dalam mempertahankan citranya sebagai sekolah populer di kawasan Bandung Timur.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menggambarkan strategi Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-ma'soem dalam mempertahankan citranya sebagai sekolah populer melalui aspek internal serta aspek eksternal untuk menjalin hubungan baik dengan publik eksternal. Berdasarkan fakta-fakta atau fenomena yang peneliti temukan dilapangan dan data yang didapat melalui narasumber secara langsung selama peneliti melakukan penelitian.

Metode penelitian deskriptif sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu situasi, subjek, perilaku, atau fenomena. Penelitian deskriptif digunakan mengamati serta menggambarkan subjek penelitian

atau masalah tanpa mempengaruhi atau memanipulasi variabel dengan cara apapun.

Winarta (2006: 155) dalam bukunya *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis* menjelaskan bahwa metode analisis deskriptif kualitatif merupakan menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

Sedangkan menurut Ardianto (2016:60) dalam bukunya *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* menjelaskan bahwa metode deskriptif-kualitatif itu mencari teori bukan menguji teori; *hypothesis-generating*, bukan *hypotesis testing*, dan *heuristic*, bukan verifikasi. Ciri lain dari metode deskriptif-kualitstif ialah menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat.

Dari penjelasan di atas, peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengamati fenomena dan mendapatkan data-data penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif karena peneliti hanya menggambarkan fenomena dan aspek internal dan eksternal yang terjadi di masyarakat terkait dengan citra SMA Al-ma'soem dan menggambarkan bagaimana humas sekolah SMA Al-Ma'soem dalam mempertahankan citra dimata masyarakat secara lebih luas.

1.6.4 Jenis data dan sumber data

1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data ini dapat dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, menganalisis dokumen, pengambilan foto atau gambar, dan sebagainya. Data yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah data dari Sekolah Menengah Atas (SMA) Al-Ma'soem mengenai strategi dalam mempertahankan citra Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur.

2. Sumber data

Terdapat dua sumber data yang peneliti lakukan dalam melakukan penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder seperti berikut ini:

- a. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari pihak SMA Al-Ma'soem beserta jajarannya dalam mempertahankan citra sekolah sebagai sekolah populer dikawasan Bandung Timur.
- b. Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain yang menyangkut tentang mempertahankan citra sekolah seperti dokumen-dokumen resmi, buku-buku tentang kehumasan, buletin/majalah dan arsip lainnya yang mendukung penelitian.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Pemberi informasi merupakan orang yang sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian tersebut, peneliti harus tepat dalam menentukan pelaku pemberi informasi atau yang biasa disebut informan. Dalam penelitian ini ditentukan beberapa orang dengan beberapa pertimbangan tertentu :

1. Pimpinan Divisi PREO (*Public Relations and Event Organizer*) yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi mempertahankan citra Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur.
2. Anggota Divisi PREO (*Public Relations and Event Organizer*) yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi mempertahankan citra Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur.
3. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan SMA Al-Ma'soem yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi mempertahankan citra Al-Ma'soem sebagai sekolah populer di Bandung Timur dengan menggali potensi-posensi prestasi para siswa SMA Al-Ma'soem dari tahun ke tahun

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah wawancara dan observasi, sebagai penunjang serta pelengkap data penelitian diantaranya sebagai berikut ini :

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Untuk mendapatkan data yang lengkap, Wawancara merupakan merupakan suatu proses yang dilalui oleh peneliti untuk mendapatkan data yang lengkap untuk kepentingan penelitian. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab dengan narasumber selaku pemberi informasi. Peneliti melakukan wawancara dengan alumni dan orangtua murid sebagai data awal untuk melakukan pra penelitian. Dari data pra penelitian tersebut peneliti dapat melanjutkan penelitian ini dan data sebut di perkuat oleh wawancara dengan

salah satu staf SMA Al-ma'soem sebagai salah satu cara untuk memperkuat data atau informasi mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mempertahankan citra lembaga.

2. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan proses penelitian mengamati situasi dan kondisi. Observasi dilakukan sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2012:145).

Observasi dilakukan oleh peneliti guna untuk mengetahui bagaimana strategi Al-Ma'soem dalam mempertahankan citranya sebagai sekolah populer di kawasan Bandung Timur. Dalam melakukan observasi peneliti mendatangi langsung SMA Al-Ma'soem dan beberapa pihak terkait untuk dijadikan informan dalam mempertahankan citra sekolah.

1.6.7 Teknik Analisis data

Menganalisis data metode penelitian kualitatif sudah dilakukan peneliti sebelum peneliti turun lapangan guna untuk mengumpulkan data dan untuk memperkuat data yang sudah peneliti kumpulkan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendapatkan data hasil deskripsi penelitian berupa sikap, perilaku secara lisan atau tulisan. Ade Irma dan Wan Rajib (2019: 58-59) dalam bukunya *Metodologi Kualitatif Case Study* menjelaskan tentang langkah-langkah yang diambil untuk menganalisis data diantaranya sebagai berikut:

1. Membuat transkrip data: mentranskrip data merupakan tahap awal yang dilakukan oleh penelitian dalam melakukan tahap awal dari analisis data kualitatif. Data yang terekam, catatan yang dibuat dilapangan, atau dokumentasi lainnya yang selanjutnya transkrip menjadi sebuah teks narasi yang berisi tentang catatan hasil observasi penelitian.
2. Menentukan meaning *unit*: sebuah kata, kalimat, atau paragraf berhubungan satu sama lain melalui isinya sehingga membentuk suatu makna. Namun, tidak seluruh pernyataan dari narasumber yang telah dibuat dalam transkrip mengandung makna yang sesuai dengan tujuan dari penelitian. Maka dari itu, peneliti harus memilih beberapa kata, kalimat atau paragraf yang mengandung makna sesuai dengan penelitian. Data yang tidak mengandung makna didalam transkrip dapat dihilangkan tanpa mengurangi makna dari data tersebut secara keseluruhan. Pemilihan dari meaning unit membuat peneliti lebih fokus dalam melakukan analisis isi penelitian.
3. Meringkas dan mengorganisir data: pada tahapan ini data yang mengandung makna (meaning unit) akan diatur dan dikelompokan sesuai dengan topik atau pertanyaan yang ditanyakan pada saat proses penyusunan transkrip data. Mengelompokan serta mengurutkan meaning unit harus sesuai topik untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis data.
4. Melakukan abstraksi data : abstraksi data merupakan mengelompokan data yang memiliki kesamaan makna. Membuat abstraksi data merupakan tahapan penting dalam menganalisis, karena pada tahapan ini peneliti membuat makna atau mengartikan data sesuai dengan isi dari data tersebut.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian merupakan gambaran awal dalam penyusunan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. berikut adalah rencana jadwal penelitian:



| No | Daftar kegiatan | Febru ari 2020 | Maret 2020 | April 2020 | Mei 2020 | Juni 2020 | Juli 2020 | Agust us 2020 | Septembe r 2020 | Oktober 2020 | Novembe r 2020 | Desember 2020 | Januari 2021 | Februari 2021 |
|--|--------------------------------------|----------------------|---------------|---------------|-------------|--------------|--------------|---------------------|--------------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Tahap pertama : observasi dilapangan dan pengumpulan data pra penelitian | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Pengumpulan data proposal penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Penyusunan proposal penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Bimbingan proposal penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Revisi proposal penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| Tahapan kedua : Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Sidang usulan penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Revisi usulan penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| Tahapan ketiga : | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 7. | Pelaksanaan penelitian | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Analisis dan pengolahan data | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. | Penulisan laporan | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. | Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | | | | | |
| Tahapan keempat: Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. | Bimbingan akhir skripsi | | | | | | | | | | | | | | |
| 12. | Sidang skripsi | | | | | | | | | | | | | | |
| 13. | Revisi skripsi | | | | | | | | | | | | | | |

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian