

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, media online telah menjadi alat yang kuat dalam membentuk persepsi dan citra suatu lembaga pendidikan. Tidak hanya digunakan untuk keperluan pemasaran, media online juga memiliki peran penting dalam memperkuat brand image lembaga pendidikan. Dalam konteks ini, kepala sekolah memainkan peran yang sangat signifikan dalam mengelola dan memanfaatkan media online untuk meningkatkan brand image lembaga pendidikan.¹

Brand image merujuk pada citra, reputasi, dan persepsi yang dikaitkan dengan suatu lembaga pendidikan di mata masyarakat, siswa, orang tua, dan pemangku kepentingan lainnya. Membangun dan mempertahankan brand image yang positif sangatlah penting bagi lembaga pendidikan, karena dapat berdampak langsung pada daya tarik, kepercayaan, dan minat masyarakat dalam memilih lembaga tersebut.²

Dalam hal ini, kepala sekolah memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola dan mengarahkan upaya pemasaran serta komunikasi lembaga pendidikan. Kepala sekolah harus memahami pentingnya media online sebagai alat untuk mencapai tujuan tersebut. Media online memberikan platform yang luas untuk memperkenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat, membangun hubungan dengan orang tua, siswa, dan anggota komunitas pendidikan, serta memperkuat brand image secara keseluruhan.

Salah satu peran penting kepala sekolah dalam meningkatkan brand image lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media online adalah sebagai juru bicara lembaga. Kepala sekolah dapat menjadi wajah publik lembaga pendidikan dan mengkomunikasikan nilai-nilai, visi, dan prestasi lembaga melalui media online. Dalam hal ini, kepala sekolah harus memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan secara konsisten dan sesuai dengan identitas lembaga

¹ Abdullah Alhadza, "Pengaruh Motivasi berprestasi dan perilaku komunikasi antar pribadi terhadap efektifitas kependidikan di SLTP Sulawesi Tenggara," *jurnal Pendidikan Periode Januari (2003): 3*.

² Prengki Susanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Citra Merk Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang," *Padang Tingkap VIII No.1 (2012): 79*.

pendidikan tersebut.³

Selain itu, kepala sekolah juga dapat memanfaatkan media online untuk membagikan informasi terkini tentang kegiatan, prestasi, dan program lembaga pendidikan. Melalui platform media sosial, blog, atau situs web resmi lembaga, kepala sekolah dapat mempublikasikan berita positif, foto, dan video yang mencerminkan kegiatan yang beragam di dalam lembaga pendidikan. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.⁴

Selain sebagai juru bicara dan pengunggah konten, kepala sekolah juga dapat membangun komunitas online yang aktif dan berinteraksi dengan anggota komunitas pendidikan. Media online, seperti grup diskusi, forum, atau platform media sosial yang didedikasikan untuk lembaga pendidikan, dapat digunakan untuk menggalang partisipasi dan keterlibatan siswa, orang tua, dan anggota staf dalam diskusi, pertukaran informasi, serta mendapatkan umpan balik yang berharga.

Tidak hanya itu, kepala sekolah juga dapat memanfaatkan media online sebagai alat untuk membangun jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan lain, mitra industri, atau organisasi pendidikan lainnya. Melalui jejaring online ini, kepala sekolah dapat menjalin kemitraan, berbagi pengalaman dan pengetahuan, serta mempelajari praktik terbaik dari lembaga pendidikan lain yang mungkin dapat diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan mereka sendiri.⁵

Dalam melaksanakan peran ini, kepala sekolah perlu memiliki pemahaman yang baik tentang media online dan strategi pemasaran digital. Mereka harus menguasai platform-media online yang relevan dan mampu mengoptimalkan penggunaannya untuk mencapai tujuan pemasaran dan branding lembaga pendidikan. Selain itu, kepala sekolah juga perlu mengikuti perkembangan tren dan inovasi dalam media online agar tetap relevan dan efektif dalam memanfaatkannya.

Untuk mendukung peran kepala sekolah dalam meningkatkan brand image lembaga pendidikan melalui media online, tersedia berbagai sumber daya dan panduan yang dapat digunakan. Buku,

³ Rahman agustini, "Pemanfaatan Media Online Sebagai Media Sarana Komunikasi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi," *Akademik Jurnal Gema Kampus* 13 No.1 (2018): 66.

⁴ Rahman agustini, "Pemanfaatan Media Online Sebagai Media Sarana Komunikasi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi," *Akademik Jurnal Gema Kampus* 13 No.1 (2018): 66.

⁵ Prengki Susanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Citra Merk Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang," *Padang Tingkap* VIII No.1(2012): 79.

artikel, dan panduan online tentang pemasaran digital, manajemen reputasi online, dan strategi branding dapat menjadi referensi yang berguna untuk kepala sekolah dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan *Brand Image* Lembaga Pendidikan Melalui Pemanfaatan Media *Online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan pada “Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan *Brand Image* Lembaga Pendidikan Melalui Pemanfaatan Media *Online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang”. Dari fokus penelitian, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran kepala sekolah dan tantangannya dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan di SMP Al Anwar Sarang Rembang. ?
2. Bagaimana pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang. ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan titik permasalahan yang penulis lakukan sebagai berikut tujuan penelitiannya:

1. Untuk mengetahui peran kepala sekolah dan tantangannya dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan di SMP Al Anwar Sarang Rembang.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang.

D. Manfaat Penelitian

Essensi dari sebuah penelitian adalah memberikan sumbangsih dalam kemajuan ilmu pengetahuan untuk memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat. Oleh karena itu, peneliti memberikan kontribusinya dalam bentuk manfaat teoritis dan praktis, yang dijelaskan dengan deskripsi sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari hasil penelitian adalah dapat memberikan kontribusi pengetahuan, seperti dapat memperkuat teori yang ada dan memberikan gambaran secara detail bagaimana peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga

pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rebang dan mampu memberikan sumbangsih terhadap ilmu pendidikan yang berkaitan dengan manajemen pendidikan serta manajemen pemasaran pendidikan. Memberikan informasi tentang media online yang di gunakan oleh sekolah tersebut.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yang kaitanya dengan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Pemimpin dan pengambil kebijakan yang menaungi Lembaga Pendidikan khususnya sekolah Islam dan madrasah dapat mengambil dari hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan – kebijakan tentang peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rebang
- b. Gambaran secara menyeluruh bagi para *middle manager* yaitu praktisi Pendidikan yang berkecimpung dalam dunia Pendidikan seperti direktur lembaga, kepala madrasah, guru ataupun karyawan tentang peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rebang serta saling bahu membahu untuk meningkatkan layanan Pendidikan sebagai komitmen meningkatkan mutu Pendidikan dan memajukan Lembaga Pendidikan tersebut.
- c. Humas sekolah agar terus berkontribusi dalam meningkatkan citra Lembaga untuk memberikan layanan yang terbaik

E. Penelitian Terdahulu

Sehubung dengan penyusunan proposal tesis ini penulis mengkaji beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dibahas. Adapun penelitian- penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Aditia Fradito, Dalam penelitiannya Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2). Fokus masalah dalam penelitian tersebut meliputi Bagaimana layanan jasa Pendidikan, strategi Pemasaran, dampak strategi pemasaran terhadap pencitraan di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil layanan jasa pendidikan di SDI Surya Buana dan MIN 2 Malang memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan diindikasi dengan tiga hal: yaitu 1) Kepuasan dan kesesuaian layanan mutu akademik 2) Kepuasan dan kesesuaian

standarisasi guru dan staff 3) Kepuasan dan kesesuaian mutu lulusan. Strategi pemasaran dalam meningkatkan citra dilakukan dengan berbagai macam strategi 1) Strategi langsung 2) Strategi tidak langsung 3) Strategi *differensiasi* 3) Strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SDI Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan (*output*) dan membangun citra kepuasan layanan menggunakan berita dari mulut ke mulut. Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana dan MIN 2 Malang adalah 1) Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan 2) Kepercayaan masyarakat semakin kuat 3) Adanya dukungan masyarakat 4) Terjalinya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa.⁶

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitain penulis adalah sama-sama membahas tentang pengembangan dalam meningkatkan citra lembaga namun objek penelitian berbeda, penulis melakukan penelitian di SMP Al Anwar Sarang Rembang sedangkan penelitian diatas di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2 dan tidak menggunakan media online sebagai strategi pemasarannya.

Ika Putri Rahayu, dalam penelitiannya yaitu Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam meningkatkan citra madrasah unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan). Fokus masalah dalam penelitian tersebut meliputi Bagaimana Strategi pemasaran program pendidikan yang di gunakan di MIN 3 Magetan dalam meningkatlan citra lembaga madrasah unggul.⁷

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian strategi MIN 3 Magetan membangun citra madrasah unggulan bisa tercapai, sehingga humas menerapkan strategi yang dianggap cukup efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuannya, yang pertama adalah media *relations* menggunakan strategi penggunaan *press release* kepada media baik media elektronik maupun media massa untuk mengenalkan sekolah MIN 3 Magetan ke masyarakat luas, yang kedua *brand image* adalah strategi dengan berfokus pada desain model program unggulan pendidikan tersebut.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitain penulis adalah sama-sama membahas tentang pengembangan pendidikan

⁶ Aditia Fradito, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2" (Tesis, UIN Maliki Malang, 2016), 15-16.

⁷ Ika Putri Rahayu "Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul Studi Kasus di MIN 3 Magetan" (Tesis, IAIN Pononrogo, 2020), 5.

namun objek penelitian berbeda, penulis melakukan penelitian di SMP Al Anwar Sarang Rembang sedangkan penelitian diatas di MIN 3 Magetan. Penulis membahas strategi pemasaran pendidikan berbasis media *online* dalam meningkatkan citra lembaga, sedangkan penelitian diatas bagaimana strategi MIN 3 Magetan membangun citra sekolah unggul.

Heru Susanto mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Sekolah Tinggi Islam (STAIN) Ponorogo pada tahun 2015 dengan judul "Strategi pemasaran pesantren Darul Huda Mayak Ponorogo". Dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa pemasaran pondok pesantren terlihat dari nilai yang sedang dikembangkan oleh pesantren yaitu membiasakan untuk *hidup lillahu ta'ala*, mengabdikan, salam, jujur, ikhlas, sederhana, mandiri, bebas dalam komunitas pesantren, menciptakan keterkaitan dengan emosi pelanggan melalui penawaran produk dan layanan dan penerapannya pada visi dan misi pesantren. Strategi pemasaran yang dimaksud pada visi dan misi yang ditujukan untuk mendidik santri agar berilmu, beramal, bertaqwa, dan berakhlakul karimah. Sedangkan strategi yang digunakan adalah strategi *marketing 3.0*.⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama meneliti mengenai pengembangan pendidikan. Sementara untuk perbedaannya, pada tesis Heru Susanto hanya membahas mengenai strategi pemasaran yang ada di pondok pesantren Darul Huda Mayak Ponorogo dan juga lebih berfokus kepada strategi *marketing 3.0*, sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti mengenai desain pengembangan pendidikan berbasis media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang yang meliputi identifikasi kebutuhan pemasaran jasa pendidikan berbasis media online, layanan jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di SMP Al Anwar Sarang Rembang.

Ahmad Elly Wibowo mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pasca Sarjana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada tahun 2018 dengan judul "Strategi Membangun *Brand Image* dalam meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MAN 2 Ponorogo". Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa (1) MAN 2 membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga dengan melalui tiga strategi, yaitu *positioning*, *differencing*, dan *branding*. (2) faktor-faktor membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga

⁸ Heru Susanto, "Strategi pemasaran pesantren Darul Huda Mayak Ponorogo" (Tesis, STAIN Ponorogo, 2015), iv.

MAN 2 Ponorogo adalah: a) akreditasi kelembagaan, b) tingkah laku siswa, c) prestasi, d) kualitas lulusan, e) kegiatan unggulan sekolah, dan f) hubungan alumni. (3) Implikasi pembentukan *brand* citra dalam meningkatkan daya saing sekolah, yakni: a) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, b) minat masuk masyarakat terhadap sekolah meningkat, c) siswa memiliki akhlak yang baik, d) kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap sekolah.⁹

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai citra atau citra lembaga pendidikan, sedangkan untuk perbedaannya jika pada penelitian Ahmad berfokus kepada Strategi membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, sedangkan dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus kepada desain pemasaran pendidikan berbasis media online dalam meningkatkan citra lembaga di SMP Al Anwar Sarang Rembang.

Dari deskripsi masing-masing penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa dari penelitian “Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang” ini adalah berfokus pada peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* melalui pemanfaatan media *online* agar lembaga pendidikan di zaman sekarang ini mempunyai daya saing sekolah semakin pesat dan dapat meningkatkan pengembangan mutu pendidikan.

F. Kajian Pustaka

Penelitian ini berjudul “Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang”. Dari judul yang ditulis sudah bisa dipahami maksudnya, namun untuk menghindari kesalahpahaman yang mungkin terjadi, peneliti perlu memberikan penjelasan atau definisi istilah konseptual yang akan dideskripsikan, sebagai berikut.:

1. Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online*

a. Peran

Peran memiliki arti sebagai sesuatu yang dimainkan atau dilakukan. Definisi dari peran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh individu yang memiliki posisi atau status

⁹ Ahmad Elly Wibowo, Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MAN 2 Ponorogo (Tesis, IAIN Ponorogo, 2018), 7.

sosial tertentu dalam suatu organisasi..¹⁰

b. Kepala sekolah

Kepala Sekolah adalah individu yang dipilih untuk memimpin unit pendidikan dan memegang peran pemimpin formal. Hal ini berarti bahwa individu tersebut diangkat secara resmi (Formally Designated Leader) oleh organisasi atau otoritas yang memiliki kewenangan atasnya. Oleh karena itu, secara organisasi, tugas Kepala Sekolah adalah untuk mengembangkan, membimbing, memberikan dukungan, dan memotivasi staf sekolah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebelum ditunjuk sebagai Kepala Sekolah, calon harus memenuhi syarat-syarat tertentu dan mengikuti prosedur yang telah ditentukan.

c. Dalam

Satuan linguistik terkecil yang menempati fungsi sintaksis tertentu dalam suatu kalimat, seperti subjek, predikat, objek, atau keterangan..¹¹

d. Meningkatkan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kata "meningkatkan" didefinisikan sebagai tindakan mengangkat diri atau menaikkan derajat atau taraf. Kata ini berasal dari kata dasar "tingkat", dan merupakan homonim karena memiliki ejaan dan pelafalan yang sama namun maknanya berbeda. Secara gramatikal, "meningkatkan" termasuk dalam kelas kata kerja (verba) yang dapat mengungkapkan tindakan, keberadaan, pengalaman, atau konsep dinamis lainnya.¹²

Yang dimaksud meningkatkan adalah menaikkan derajat lembaga pendidikan untuk mencapai citra (*image*) yang baik di kalangan masyarakat

e. *Brand image*

Brand image adalah citra merek yang Anda tampilkan kepada pelanggan sebagai penunjuk nilai. Citra merek merupakan aset yang memberikan nilai bagi pelanggan dengan cara memperkuat kepuasannya dan kesetiiaannya. Citra merek menjadi indikator bagi kualitas nilai yang Anda

¹⁰ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), 100.

¹¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), 250.

¹² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), 708.

tawarkan, dan menjadi alat ukur kinerja merek Anda..¹³

f. Lembaga

Lembaga merujuk pada sebuah badan atau organisasi yang memiliki tujuan untuk melakukan penelitian keilmuan atau usaha tertentu. Citra lembaga mengacu pada segala upaya yang dilakukan untuk menciptakan kesan atau gambaran positif dari individu atau kelompok terhadap suatu lembaga atau organisasi. Citra lembaga yang baik dapat dilihat dari berbagai hal dan faktor, termasuk sejarah prestasi yang sukses, reputasi yang baik, proses manajemen yang efektif, kualitas output (seperti lulusan), hubungan yang positif dengan pihak lain, dan faktor lainnya.¹⁴

g. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu upaya yang dilakukan secara sadar oleh masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan latihan yang dapat dilakukan di dalam atau di luar ruangan, serta berlangsung sepanjang masa hidup seseorang. Tujuan dari pendidikan adalah untuk mempersiapkan peserta didik agar menjadi individu yang unggul dan dapat berkontribusi dalam lingkungan di masa depan.

h. Melalui

Melalui di KBBI adalah: menempuh (jalan, ujian, percobaan, dsb); melintasi.¹⁵

i. Pemanfaatan

Parafrase: Pemanfaatan berasal dari kata manfaat, yang merujuk pada tindakan menerima atau memperoleh sesuatu yang bermanfaat dan kemudian memanfaatkannya secara langsung atau tidak langsung. Definisi dari Prof. Dr. J.S. Badudu dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa pemanfaatan mencakup cara, hasil, dan proses dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna.

j. Media Online

Media online dan sosial adalah sarana komunikasi resmi yang digunakan untuk menyebarkan pesan dan berita kepada

¹³ Andi Sadat, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyaninan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 18.

¹⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), 88.

¹⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), 100.

masyarakat secara luas. Media sosial juga bisa didefinisikan sebagai sebuah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.¹⁶

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa media *online* adalah alat komunikasi yang menggunakan teknologi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.

Dapat disimpulkan Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* adalah penentu suatu tujuan dan sasaran di dalam sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan di bidang pendidikan melalui pemanfaatan media online.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah karya ilmiah, peneliti berusaha menyusun kerangka penulisan proposal tesis secara logis dan sistematis. Diharapkan agar pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami, serta sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pembahasan menyusun proposal tesis terdapat bagian awal dan terdapat enam bab dalam masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan satu sama lain serta bagian akhir. Secara terperinci, sistematika pembahasan penulisan dideskripsikan sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan, pada bab ini diuraikan pada sub bab yaitu latar belakang penelitian yang mengungkapkan berbagai permasalahan- permasalahan yang diteliti sehingga dapat diketahui hal-hal yang melandasi munculnya fokus penelitian yang akan dikaji dalam bentuk pertanyaan- pertanyaan yang dapat membantu proses penelitian. Selain itu dalam bab ini terdapat sub bab lainnya, tujuan penelitian merupakan arahan yang akan dituju dalam penelitian kemudian dilanjutkan manfaat penelitian yang menjelaskan kontribusi apa yang akan diberikan. Setelah itu terdapat penegasan istilah yang berisi teoritis. Yang terakhir sistematika pembahasan

¹⁶ Hary Supriyatno, “Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel” *Indonesian Journal of Academic Librarianship* Volume 3, Issue 3 (2019), 35.

yang berisi struktur dalam penulisan tesis.

Bab II berisi kajian pustaka atau teori yang berkenaan dengan pembahasan teori-teori yang digunakan untuk landasan serta mengkaji “Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* Di SMP Al Anwar Sarang Rembang”. Penelitian terdahulu, ditekankan pada penelusuran karya-karya dan penelitian dengan tema yang sama atau mirip pada masa-masa sebelumnya untuk dijadikan kajian bagi penulisan tesis sebelumnya. Paradigma penelitian ini berisi skema tentang teori dalam fokus penelitian yang digunakan sebagai pijakan dalam menggali data lapangan dan dijelaskan dalam bentuk deskripsi.

Bab III berisi metode yang akan digunakan dalam penelitian, pada bab ini diuraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Lebih jelasnya bab ini merupakan penguraian tentang alasan penggunaan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, posisi atau peran peneliti di lokasi penelitian, dan strategi penelitian yang digunakan agar menghasilkan penelitian yang bisa dipertanggung jawabkan.

Bab IV berisi Hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri dari : deskripsi wilayah penelitian, hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Peran kepala sekolah dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui pemanfaatan media *online* di SMP Al Anwar Sarang Rembang”.

Bab V berisi penutup yang berisi kesimpulan dan saran.