

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah menuntut perubahan besar di semua sektor, termasuk sektor pendidikan. Globalisasi merupakan proses keterbukaan yang membuat batas-batas negara sudah tidak dirasakan lagi pengaruhnya. Persaingan di mana-mana semakin ketat. Dibutuhkan kepribadian yang kuat dan sumberdaya manusia yang berkualitas untuk menghadapinya. Implikasinya, masyarakat menginginkan putra putri mereka memiliki sumber daya yang dapat diandalkan. Tak sedikit di antara orang tua yang rela mengorbankan banyak materi dan tenaga demi masa depan anak-anaknya. Orang tua lebih memilih sekolah yang berkualitas meskipun mahal dari pada gratis tetapi berkualitas rendah.⁴

Tidak dapat dipungkiri, dengan adanya perkebangan dan persaingan untuk mendapatkan siswa, pendidikan sekarang ini sudah mengarah pada proses industrialisasi. Dunia pendidikan hampir tidak bisa dianggap sebagai lembaga sosial, tetapi harus diperlakukan sebagai industri yang harus di kelola secara professional. Karena, dengan semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen jika dikelola dengan seadanya.

Potret atas tantangan lembaga pendidikan kedepan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan pelanggan atau siswa utamanya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi, informasi dan computer yang merubah semua segi kehidupan, dan sebagainya.⁵ Selain mengutamakan mutu dalam memilih sekolah, para orang tua juga dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap citra (*image*) sekolah. Citra atau *image* sekolah yang bermutu menjadi salah satu hal

⁴ Barnawi & Mohammad Arifin, *Buku Pintar mengelola sekolah swasta*, (Jakarta: AR-RUZZ Media, 2014), 11.

⁵ Yulia, “*Strategi membangun Brand Image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Studi kasus di SMA 3 Negeri Malang dan SMA Nurul jadid Paiton Probolinggo)*”, (Tesis, UIN Malang, 2016), 6.

penting dan menjadi pertimbangan orang tua ketika mereka memutuskan untuk memilih sekolah.⁶

Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi, dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tetapi pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi. Apabila citra yang baik sudah terbentuk maka secara otomatis akan menjadi iklan berjalan yang sangat efektif dan efisien. Citra baik di mata orang tua dan peserta didik diperlukan oleh sebuah sekolah. Citra sekolah yang baik akan menjadi salah satu pertimbangan terjadinya pengambilan keputusan orang tua/siswa untuk menentukan pilihan terhadap sekolah tersebut.⁷

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menarik minat publik dan membentuk citra lembaga pendidikan, baik melalui daya tarik fisik lembaga seperti letak lokasi yang strategis dan bangunan yang nyaman ataupun daya tarik yang bersifat akademis yaitu reputasi, prospek, keragaman pilihan studi dan kegiatan-kegiatan penunjang pendidikan lainnya.⁸

Untuk menarik minat masyarakat, lembaga memiliki strategi yang berbeda-beda dengan manajemen yang berbeda pula. Pertama, lembaga harus memiliki reputasi yang baik. Menurut Alma aspek membangun reputasi harus dapat menciptakan: (1) *Makes regular repeat purchases* ialah pelanggan yang percaya atau menggunakan secara teratur program yang di *launching* oleh lembaga/sekolah (2) *Purchases across product and service lines*, pelanggan membeli diluar lini produk/jasa, (3) *Refers other* yaitu menawarkan produk lain, (4) *Demonstrates an immunity to the full of the competition* yaitu menunjukkan kekebalan/kekuatan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.⁹

⁶ Siti Mamarah, "Strategi Peningkatan Mutu Dan Citra (*Image*) Sekolahdasar Negeri Di Ungaran Semarang", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume 3, No. 1, 2016, 117-130.

⁷ *Ibd*, 118.

⁸ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 56.

⁹ Qoimah, "Membangun Pelayanan Publik Yang Prima: Strategi Manajemen Humas Dalam Penyampaian Program Unggulan Di Lembaga Pendidikan", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 1, No. 2, 2018, 193-206.

Dengan demikian sangatlah penting suatu lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan *image/citra* lembaganya guna menjaga eksistensinya dari pandangan masyarakat. Citra juga menunjukkan eksistensi sebuah organisasi di mata publik, yaitu menunjukkan pandangan masyarakat terhadap organisasi yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan individu ataupun organisasi.

Citra merupakan aset penting dan wajib dimiliki oleh lembaga sebagai bukti keberadaan dan kualitas lembaga. Citra sekolah menunjukkan kualitas pendidikan sekaligus pencapaian prestasi sekolah sebagai indikator keberhasilan program pendidikan sekolah. Respon terhadap pencitraan sekolah terwujud pada persepsi, realitas dan opini publik yang seiring berjalannya waktu membangun reputasi sekolah. Tentu bukan waktu yang singkat dan beragam hal seperti peluang, hambatan, tantangan mampu dikelola dengan bijak. Seorang humas berperan dalam menangani citra dan mampu memberikan gagasan yang cemerlang demi peningkatan citra mendatang. Strategi yang tepat dan bermanfaat merupakan sarana mencapai citra yang diinginkan.¹⁰

Sekolah merupakan lembaga formal yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi individu, baik potensi fisik maupun psikis. *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.¹¹

Dalam Al Qur'an banyak konsep yang dengan jelas menggambarkan bagaimana seharusnya *image/citra* itu di bentuk sesuai dengan nilai-nilai

¹⁰ Indhira Hari Kurnia, "Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)", *Jurnal UNS*, Volume 1, No. 2, 2013, 2-15.

¹¹ Shintia Shintia Sabrina, "Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat (Humas) di SMA Negeri 12x11 enam lingkungan kabupaten padang pariman", *Jurnal administrasi Pendidikan*, Volume 2 No.1, 2014, 689-831.

keislaman. Konsep pembentukan *Image/citra* dapat ditemukan dalam surat An-Al Baqarah ayat 148 yang berbunyi:



Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.¹²

Keberadaan humas pada suatu lembaga atau instansi mampu menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan humas yaitu sebagai alat menyebarkan informasi, menumbuhkan, memelihara, membangun hubungan baik harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas agar mampu mencapai tujuan organisasi tersebut. Rancangan komunikasi yang dibuat oleh humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik dari organisasi maupun institusi pendidikan.¹³

Di era globalisasi yang sangat kompetitif ini, pemasaran diibaratkan sebagai denyut jantung bagi kelangsungan organisasi pendidikan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen.¹⁴

Suatu satuan pendidikan dituntut untuk senantiasa merevitalisasi strateginya guna menjamin kesesuaian tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan internal yang dimilikinya. Ini penting mengingat ketidakmampuan suatu satuan pendidikan dalam merespon peluang dan ancaman eksternal akan mengakibatkan menurunnya daya saing dan atau terhambatnya

¹² Al Qur'an Tafsir Per Kata, *Al-Hakam*, (Jakarta: PT. Suara Agung, 2013), 24.

¹³ *Ibd*, 193.

¹⁴ Fatkuroji, “Desain Model Manajemen Pemasaran berbasis layanan Jasa Pendidikan Pada MTs Swasta se-Kota Semarang”, *Jurnal Pendidikan Islam*, volume 9, No.1, 2015, 72-88.

pencapaian kinerja satuan pendidikan itu. Jika hal ini dibiarkan maka akan mengancam kelangsungan satuan pendidikan yang bersangkutan.¹⁵

Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur peminatnya tidak ada, akhirnya sekolah itu ditutup.¹⁶

Diantara tujuan dari pemasaran adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dalam upaya menarik minat sejumlah peserta didik. Salah satu caranya dengan mengelola hubungan baik dengan stakeholder yang meliputi; siswa, staf administrasi, guru, alumni, pemerintah, media pers, dan orang tua wali.¹⁷

Minat merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan manusia, karena minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Slameto (2010) memandang bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan dan minat selalu diikuti dengan perasaan senang dan dari situ diperoleh kepuasan.¹⁸

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan dunia luar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut, semakin besar minat tersebut (Slameto, 2013). Minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri sendiri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.¹⁹

¹⁵ Buchari Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 63.

¹⁶ Fatkuroji, "Desain Model Manajemen Pemasaran...",74.

¹⁷ Sulistyorini dan Muhammad Fathurrohman, *Esensi Manajemen Pendidikan Islam: Pengelolaan Lembaga Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan Islam*, (Teras Yogyakarta: 2014), 387.

¹⁸ Khasan Setiaji, "Minat Melanjutkan Studi Perguruan Tinggi Siswa Smkn Kota Semarang", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.10, No.1, 2017, 45-59.

¹⁹ Muhammad Fadhil, "Hubungan Minat Memilih Prrogram Keahlian Terhadap Hasil Belajar Siswa Smk", *Journal of Mechanical Engineering Education*, Vol. 4, No. 2, 2017, 206-212.

Minat merupakan hal yang paling mendasar bagi siswa untuk melanjutkan jenjang pendidikannya, dengan adanya minat tersebut siswa akan cenderung memilih sekolah yang memiliki *image/citra* yang baik dan yang di minatnya dengan harapan akan segera mendapatkan apa yang diinginkan dari sekolah tersebut.

Hubungan antara *image* sekolah yang dimiliki oleh setiap sekolah dengan minat siswa dalam memilih melanjutkan studi pada sebuah lembaga sekolah sangat menarik untuk di kaji dan di teliti, karena berdasarkan teori hal tersebut sangat berpengaruh terhadap minat siswa untuk melanjutkan studi, sehingga peneliti ingin membuktikan kebenaran teori dan pengaruh antara *image* sekolah terhadap minat siswa dalam memilih sekolah.

MTsN 2 Nganjuk adalah Madrasah menengah tingkat pertama yang tergolong sekolah yang sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, baik masyarakat Tanjunganom maupun sekitarnya, juga merupakan satu-satunya MTs Negeri di wilayah kecamatan Tanjunganom yang cukup banyak peminatnya walaupun sedikit ditemui poster PPDB yang di pasang di desa-desa sekitar Tanjunganom, juga tidak di lakukanya promosi baik visual maupun audio visual oleh MTsN 2 Nganjuk. Adanya minat siswa di MTs Negeri 2 Nganjuk banyak di pengaruhi oleh *image/citra* sekolah, juga di pengaruhi oleh adanya teman, saudara, kakak, tetangga yang sudah masuk dan belajar di MTs Negeri 2 Nganjuk, juga karena faktor dorongan orang tua yang ingin memasukkan anak-anak mereka di MTs Negeri 2 Nganjuk karena prestasi dari MTs Negeri 2 Nganjuk dan adanya kelas bina prestasi dan kelas bilingual.

Tabel 1.1

Jumlah Siswa yang di terima MTsN 2 Nganjuk selama 3 tahun terakhir.²⁰

NO	Tahun Pelajaran	Jumlah Pendaftar	Jumlah Siswa yang di terima
1.	2016/2017	430 siswa	305
2.	2017/2018	438 siswa	318
3.	2018/2019	446 siswa	320

²⁰ Hasil dokumentasi data PPDB 3 tahun terakhir MTsN 2 Nganjuk.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah *Image* (Citra) MTsN 2 Nganjuk?
2. Adakah pengaruh *Image* (Citra) MTsN 2 Nganjuk terhadap minat Siswa untuk masuk di MTsN 2 Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Image* (Citra) MTsN 2 Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Image* (Citra) MTsN 2 Nganjuk terhadap minat Siswa untuk masuk di MTsN 2 Nganjuk.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan, lebih lanjut diharapkan dapat memberikan sumbangan akademik tentang pengaruh *Image* sekoah terhadap minat siswa untuk masuk di MTsN 2 Nganjuk.
2. Secara praktis, diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan evaluasi bagi pengelola dan penyelenggara lembaga pendidikan.

E. Definisi Penegasan Istilah

1. *Image* Sekolah

Image sekolah didefinisikan sebagai persepsi, gambaran seseorang dan masyarakat mengenai organisasi atau produknya yang diperoleh dari informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai produk atau organisasi tersebut.²¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *image* sekolah adalah persepsi ataupun gambaran masyarakat terhadap suatu sekolah yang di peroleh dari pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu sekolah melalui informasi maupun pengetahuan sendiri.

²¹ Bukhari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 92.

2. Minat Siswa

Minat didefinisikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.²² Adapun siswa adalah orang yang sedang berguru/belajar atau bersekolah. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat siswa adalah kecenderungan hati orang yang sedang berguru/belajar terhadap sesuatu lembaga/sekolah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap karya-karya ilmiah terdahulu yang sebagian besar mempunyai kesamaan dengan penelitian ini, namun memiliki perbedaan yang dapat menunjukkan bahwasanya penelitian ini murni dan bukan mengambil dari penelitian orang lain. Dan diantara penelitian tersebut dapat digambarkan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. 2
Persamaan Dan Perbedaan Serta Temuan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Temuan dan Kesimpulan	Perbedaan
1.	Helmi wafa (2016), Pengaruh Citra Sekolah, Biaya Pendidikan, Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Masuk Smk di Kecamatan Mranggen Demak.	Pendekatan Kuantitatif, Analisis data dengan menggunakan teknik analisis statistik dan regresi berganda. Temuan, citra sekolah, biaya pendidikan dan promosi berpengaruh positif terhadap minat siswa masuk ke SMK di Kecamatan Mranggen.	Penelitian terdahulu menjelaskan Citra Sekolah, Biaya Pendidikan. Populasi penelitian ini adalah Siswa Smk di Kecamatan Mranggen Demak.
2.	Endah Winarti (2014), Analisis Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran jasa pendidikan terhadap pembentukan <i>image</i>	Pendekatan Kuantitatif, Analisis data dengan <i>confirmatory faktor analysis (CFA) & Structural Equation Modeling (SEM)</i> Temuan, Faktor (<i>product, price, people &</i>	Penelitian terdahulu menjelaskan Bauran pemasaran sebagai faktor pembentukan <i>image</i> . Penelitian terdahulu

²² KBBI, Offline.

	dan keputusan memilih PTAIN (Kajian Di UIN Di Jawa Timur), Uin Malang.	<i>physical evidence</i>) secara signifikan terhadap pembentukan <i>image</i> dan keputusan memilih UIN Malang, <i>product & physical evidence</i> berpengaruh paling besar terhadap pembentukan <i>image</i> serta keputusan memilih UIN Malang.	tidak membahas minat sekolah. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa PTAIN UIN Jawa Timur.
3.	Wafqi Ajroh (2013), Pengaruh Terpaan Publisitas, Desain Iklan, Citra Dan Sikap Terhadap Minat Kuliah Siswa SMA di Kota Semarang: Studi Unissula Semarang.	Pendekatan Kuantitatif, Teknik pengambilan sampel dengan cara proporsional random sampling, analisis data dengan menggunakan <i>regression linier</i> . Temuan, semua variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel sikap dan minat secara signifikan kecuali variabel terpaan dan publisitas.	Penelitian terdahulu menjelaskan Terpaan Publisitas, Desain Iklan, Citra dan Sikap Minat Kuliah Siswa SMA di Kota Semarang. Populasi penelitian ini adalah Siswa SMA di Kota Semarang.
4.	Karyati (2016), Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi Fe Uny (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPA/IPS SMA Negeri	Pendekatan Kuantitatif, Analisis data dengan menggunakan teknik regresi sederhana, regresi ganda, Temuan, Citra Merek (<i>Brand Image</i>) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.	Penelitian terdahulu menjelaskan Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Dan Persepsi Biaya Pendidikan. Populasi penelitian ini adalah Siswa Kelas XII IPA/IPS SMA Negeri Di Gunung kidul

	Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016).		Tahun Ajaran 2015/2016.
5.	Iken Mety Wulandari (2013), Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember).	Pendekatan (<i>explanatory research</i>) Analisis data dengan Regresi Linier dengan Pendekatan Konfirmatori Temuan, Kedua variabel bebas yaitu <i>brand image</i> dan lokasi memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dengan rincian 37,3% dan 44,1%.	Penelitian terdahulu menjelaskan <i>Image</i> Dan Lokasi sebagai variael independennya. Populsai penelitian ini adalah Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember.
6.	Mohamad Sodik (2018), Hubungan Antara <i>Image</i> Sekolah Terhadap Minat Siswa Untuk Masuk Di MTs Negeri 2 Nganjuk.	Pendekatan (<i>explanatory research</i>) Analisis data dengan Regresi Linier Sederhana, <i>Temuan Image</i> sekolah berpengaruh signifikan terhadap Minat Sisiwa sebesar 24,1%, dan adanya faktor lain yaitu: pengaruh teman, saudara, kakak, tetangga yang sudah masuk dan belajar di MTs Negeri 2 Nganjuk, juga dorongan orang tua yang ingin memasukkan anak-anak mereka karena tertarik dengan prestasi MTs Negeri 2 Nganjuk dan	Penelitian ini fokus menjelaskan tentang pengaruh <i>Image</i> Sekolah terhadap Minat Siswa. Populasi Penelitian ini adalah Siswa Kelas VII MTs Negeri 2 Nganjuk.

		telah di bukanya kelas bina prestasi dan kelas bilingual.	
--	--	---	--

G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian sangat penting untuk ditegaskan dalam memberikan batasan yang pasti agar tidak sampai terjadi kesalahan persepsi dalam pembahasan tesis ini. Untuk memberikan data yang relevan dengan judul, maka peneliti memberikan batasan sebagai berikut:

1. *Image* sekolah terhadap minat siswa untuk belajar di MTsN 2 Nganjuk.
2. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu: *image* sekolah sebagai variabel bebas (*variable independen*) yang disimbolkan dengan X dan Minat Siswa sebagai variabel terikat (*variable dependen*) yang disimbolkan dengan Y pada MTsN 2 Nganjuk.

Dengan adanya ruang lingkup diatas maka penelitian ini memiliki keterbatasan pembahasan sebagai berikut:

1. Data penelitian ini hanya bersumber dari pihak MTsN 2 Nganjuk dan siswa kelas VII pada tahun pelajaran 2018/2019.
2. Hasil penelitian ini hanya bisa digeneralisasikan bagi populasi dalam penelitian ini, meskipun tidak menutup kemungkinan juga berlaku bagi populasi lain yang mempunyai karakteristik yang sama dengan karakteristik siswa MTsN 2 Nganjuk pada tahun pelajaran 2018/2019.

H. Hipotesis

Adanya hipotesis akan memberikan arah yang jelas kepada peneliti dalam rangka melakukan verifikasi menuju terwujudnya suatu kesimpulan.²³ Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha: Ada pengaruh antara *Image* Sekolah terhadap minat Siswa untuk masuk di MTsN 2 Nganjuk.

²³ Mundir, *Statistik Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 27.

2. Ho: Tidak ada pengaruh antara *Image* Sekolah terhadap minat Siswa untuk masuk di MTsN 2 Nganjuk.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab, dari enam bab tersebut masing-masing akan dijelaskan dibawah ini:

- Bab I Adalah pendahuluan, yang didalamnya dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, definisi penegasan istilah, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, hipotesis, dan sistematika pembahasan.
- Bab II Adalah menjelaskan tentang landaan teori. Landasan teori dalam penelitian ini terdiri dari dua kajian pokok yaitu: 1) Konsep *Image* Sekolah. 2) Konsep Minat siswa.
- Bab III Adalah membahas tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian. Pada bab ini akan di jelaskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, dan tehnik analisis data.
- Bab IV Adalah membahas tentang hasil penelitian, dalam bab ini dijelaskan gambaran umum bjek penelitian, deskripsi data, dan pengujian hipotesis.
- Bab V Adalah membahas tentang hasil-hasil penelitian yang telah di peroleh dari lapangan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.
- Bab VI Adalah menyimpulkan, memberikan implikasi dan meberikan saran, dari penelitian yang telah dilaksanakan.