

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMKN 1 Boyolangu” ini ditulis oleh Viani Rizki Amalia, NIM 126207201025. Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Evy Ramadina, S.Pd.I., M.Pd., NIP. 199303052020122017.

Kata Kunci : Manajemen Humas, Promosi, Penerimaan Peserta Didik Baru.

Penelitian ini membahas manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu. Penelitian ini penting dilakukan karena keberhasilan pendidikan sangat tergantung pada hubungan antara sekolah dan masyarakat, di mana kerja sama antara keduanya memiliki dampak signifikan terhadap prestasi belajar siswa dan kemajuan pendidikan secara keseluruhan. Manajemen humas berperan sebagai mediator antara sekolah dengan publiknya, bertugas membangun citra positif sekolah, mengkomunikasikan program-program unggulan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, promosi pendidikan menjadi strategi penting untuk menarik minat peserta didik dan membangun hubungan yang harmonis antara sekolah dan masyarakat. Penelitian ini mencoba merinci strategi-strategi promosi pendidikan yang digunakan oleh SMKN 1 Boyolangu, salah satu sekolah kejuruan di Kabupaten Tulungagung dengan akreditasi “A”. Melalui program-program unggulan dan kerja sama dengan berbagai pihak, humas sekolah berhasil membangun citra positif yang membuatnya diminati oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan pilihan. Peneliti tertarik untuk menjelajahi bagaimana manajemen humas dapat ditingkatkan untuk memperkuat promosi pendidikan, termasuk penggunaan media digital yang semakin berkembang. Melalui upaya promosi yang efektif, diharapkan SMKN 1 Boyolangu dapat terus menjadi pilihan utama masyarakat dalam mendidik anak-anak mereka.

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu : (1) Bagaimana program-program humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu ? (2) Bagaimana media-media yang digunakan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu ? (3) Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di SMKN 1 Boyolangu ?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan meliputi waka humas, staf pokja humas, staf publikasi (tim media sosial), dan siswa SMKN 1 Boyolangu. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Adapun pengecekan keabsahan data meliputi perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, dan analisis kasus negatif.

Hasil penelitian ini meliputi : (1) program-program humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru meliputi a) publikasi visi, misi, dan tujuan sekolah, publikasi profil jurusan, program unggulan, kegiatan menarik, serta prestasi siswa, b) menjalin hubungan kerjasama dengan stakeholder, c) workshop kehumasan, d) promosi melalui event sekolah yang melibatkan pihak eksternal. (2) media-media yang digunakan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru meliputi media sosial yang meliputi instagram, facebook, whatsapp, website, dan youtube, media cetak berupa brosur, banner, baliho, dan surat undangan, media pers yang bekerja sama dengan Radar Tulungagung, dan media digital berupa *company profile* dan *software editing*. (3) strategi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru melalui langkah-langkah berikut : a) promosi *online* menggunakan sosial media, b) peningkatan hubungan kerja sama, c) *branding* keunggulan sekolah, d) diversifikasi konten promosi. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa manajemen humas di SMKN 1 Boyolangu sudah berjalan cukup baik, terlihat pada keberhasilan program-program yang dijalankan, memiliki mitra kerja sama yang berjumlah banyak, aktivitas yang didukung dengan kemajuan teknologi, serta memiliki strategi yang kompetitif sehingga dapat meningkatkan kualitas promosi dan menarik minat peserta didik sebanyak-banyaknya.

ABSTRACT

This thesis entitled "Public Relations Management in Improving the Quality of Promoting New Student Enrollment at SMKN 1 Boyolangu" was written by Viani Rizki Amalia, Student ID 126207201025, Majoring in Islamic Education Management, Faculty of Education and Teacher Training, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Evy Ramadina, S.Pd.I., M.Pd., NIP. 199303052020122017.

Keywords: Public Relations Management, Promotion, New Student Enrollment.

The study discusses public relations management in improving the quality of promoting new student enrollment at SMKN 1 Boyolangu. This research is important because the success of education depends greatly on the relationship between the school and the community, where cooperation between the two has a significant impact on student learning achievement and overall educational progress. Public relations management acts as a mediator between the school and its public, tasked with building a positive school image, communicating flagship programs, and increasing community participation in education. In the context of increasingly competitive competition among educational institutions, educational promotion becomes a crucial strategy to attract prospective students and build a harmonious relationship between the school and the community. This study attempts to detail the educational promotion strategies used by SMKN 1 Boyolangu, one of the vocational schools in Tulungagung Regency with an "A" accreditation. Through flagship programs and collaborations with various parties, the school's public relations successfully built a positive image that made it favored by the community as a preferred educational institution. The researcher is interested in exploring how public relations management can be enhanced to strengthen educational promotion, including the use of evolving digital media. Through effective promotional efforts, it is hoped that SMKN 1 Boyolangu can continue to be the community's top choice in educating their children. The focus of this research is: (1) How do public relations programs improve the quality of promoting new student enrollment at SMKN 1 Boyolangu? (2) What media are used by public relations to improve the quality of promoting new student enrollment at SMKN 1 Boyolangu? (3) What are the public relations strategies to improve the quality of promoting new student enrollment at SMKN 1 Boyolangu?

This study uses qualitative research with a descriptive approach. The data sources used include the public relations vice principal, public relations staff, social media team, and students of SMKN 1 Boyolangu. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data analysis uses data condensation, data presentation, and drawing

conclusions. Data validity checks include prolonged engagement, increasing persistence, triangulation, and negative case analysis.

The results of this study include: (1) public relations programs to improve the quality of promoting new student enrollment include a) publication of the school's vision, mission, and objectives, publication of department profiles, flagship programs, interesting activities, and student achievements, b) establishing cooperation with stakeholders, c) public relations workshops, d) promotion through school events involving external parties. (2) media used by public relations to improve the quality of promoting new student enrollment include social media such as Instagram, Facebook, Whatsapp, websites, and YouTube, print media such as brochures, banners, billboards, and invitation letters, press media collaborating with Radar Tulungagung, and digital media such as company profiles and editing software. (3) public relations strategies to improve the quality of promoting new student enrollment through the following steps: a) online promotion using social media, b) enhancing cooperation, c) branding school excellence, d) diversifying promotional content. Researchers can draw the conclusion that public relations management at SMKN 1 Boyolangu has been running quite well, seen in the success of the programs implemented, having a large number of collaboration partners, activities supported by technological advances, and having a competitive strategy so that it can improve the quality of promotions and attract the interest of as many students as possible.

خلاصة

أطروحة بعنوان إدارة العلاقات العامة في تحسين جودة ترويج قبول الطلاب الجدد في ثانوية بويولانغو وان المهنية من تأليف فياني رزقي أماليا، رقم تعريف الطالب ١٠٢٥.١٠٢٠٧٢٠١٢٦٢. برنامج دراسة إدارة التربية الإسلامية، كلية التربية وعلوم إعداد المعلمين، جامعة سيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية في تولونغاغونغ، إشراف إيفي رامادينا، ليسانس التربية الإسلامية، ماجستير تربية، رقم تعريف الموظف ١٧.١٢٢٠١٢٢٠٢٠٥٢٠٣٠٣٠١٩٩٣

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، الترقية، قبول الطلاب الجدد

يناقش هذا البحث إدارة العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد في مدرسة بويولانغو وان الثانوية المهنية وترجع أهمية هذا البحث إلى أن نجاح التعليم يعتمد بشكل كبير على العلاقة بين المدرسة والمجتمع، حيث أن التعاون بين الاثنين له تأثير كبير على التحصيل العلمي للطلاب والتقدم التعليمي بشكل عام. تعمل إدارة العلاقات العامة كوسيط بين المدرسة وجمهورها، فهي مسؤولة عن بناء صورة إيجابية للمدرسة، وتوصيل البرامج المتميزة، وزيادة مشاركة المجتمع في التعليم. وفي سياق المنافسة المتزايدة بين المؤسسات التعليمية، يعد الترويج التعليمي استراتيجية مهمة لجذب الطلاب وبناء علاقة متناغمة بين المدرسة والمجتمع، وذلك في ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات التعليمية. تحاول هذه الدراسة تفصيل استراتيجيات الترويج التعليمي التي تستخدمها مدرسة بويولانغو وان الثانوية المهنية. إحدى المدارس المهنية في محافظة تولونغاغونغ الحاصلة على الاعتماد "أ". وقد نجحت العلاقات العامة للمدرسة من خلال البرامج الممتازة والتعاون مع مختلف الأطراف في بناء صورة إيجابية للمدرسة تجعلها جذابة للجمهور كمؤسسة تعليمية مفضلة. يهتم الباحثون باستكشاف كيفية تحسين إدارة العلاقات العامة لتعزيز الترويج للتعليم، بما في ذلك استخدام وسائل الإعلام الرقمية المتنامية. من خلال الجهود الترويجية الفعالة، من المأمول أن تتمكن سيكولاه مينينغا كي

محاور البحث في هذه الدراسة هي ١) (كيف تساهم برامج العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية الحكومية ١ بويولانغو؟) ٢) (كيف تساهم وسائل الإعلام التي تستخدمها العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية الحكومية ١ بويولانغو؟) ٣) (كيف تساهم استراتيجيات العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية الحكومية ١ بويولانغو؟)

يستخدم هذا البحث البحث البحث الكيفي بمنهج وصفي. وشملت مصادر البيانات المستخدمة رئيس العلاقات العامة، وموظفي فريق عمل العلاقات العامة، وموظفي النشر (فريق وسائل التواصل الاجتماعي)، وطلاب مدرسة بويولانغو الثانوية المهنية الحكومية للبنين الأولى. وكانت تقنيات جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلة والتوثيق. ويستخدم تحليل البيانات تكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. ويشمل التحقق من صحة البيانات الملاحظة الموسعة، وزيادة المثابرة، والتثليث، وتحليل الحالة السلبية

تشمل نتائج هذه الدراسة ما يلي (١:) تشمل برامج العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد أ (نشر رؤية ورسالة وأهداف المدرسة، ونشر ملفات تعريف الأقسام، والبرامج المتفوقة، والأنشطة الشيقة وإنجازات الطلاب، ب (إقامة علاقات تعاونية مع أصحاب المصلحة، ج (ورش عمل العلاقات العامة، د (الترويج من خلال فعاليات المدرسة التي تشارك فيها أطراف خارجية) ٢٠ (تشمل وسائل الإعلام التي تستخدمها العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك إنستغرام، وفيسبوك، وواتساب، والمواقع الإلكترونية، ويوتيوب، ووسائل الإعلام المطبوعة في شكل كتيبات ولافتات ولوحات إعلانية ورسائل دعوة ووسائل الإعلام الصحفية بالتعاون مع رادار تولونججونج، ووسائل الإعلام الرقمية في شكل ملفات تعريفية للشركة وبرامج تحرير) ٣٠ (استراتيجيات العلاقات العامة في تحسين جودة الترويج لقبول الطلاب الجدد من خلال الخطوات التالية أ (الترويج عبر الإنترنت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ب (تحسين العلاقات التعاونية، ج (الترويج للعلامة التجارية للمدرسة المتميزة، د (تنوع المحتوى الترويجي .يمكن للباحثين استخلاص استنتاج أن إدارة العلاقات العامة في مدرسة بويولانغو الثانوية المهنية الأولى تعمل بشكل جيد للغاية، وهو ما يظهر في نجاح البرامج المنفذة، ولديها عدد كبير من الشركاء المتعاونين، والأنشطة المدعومة بالتقدم التكنولوجي، ولديها استراتيجية تنافسية لتحسين جودة الترويج وجذب أكبر عدد ممكن من الطلاب