

ABSTRAK

Tesis dengan Judul “Strategi *public relations* dalam Membangun Citra Positif (Studi *Sequential Exploratory Mixed Method* di MAN Insan Cendekia Pekalongan)” ini ditulis oleh Muhammad Izzul Haq dengan bimbingan oleh Prof. Dr. H. Prim Masrokan Mutohar, M. Pd. dan Prof. Sulistyorini, M.Ag.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, dan Citra Positif

Penelitian ini dilatarbelakangi pada kenyataan bahwa banyak lembaga pendidikan islam yang belum memaksimalkan peranan *public relations*. Umumnya *public relations* berjalan secara natural sehingga citra lembaga pendidikan islam tidak terbentuk positif. Citra lembaga pendidikan Islam bukan sebuah pemberian melainkan persepsi yang dapat dikelola serta diarahkan sesuai dengan nilai fundamental maupun visi dari satuan lembaga pendidikan Islam, oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengungkap strategi *public relations* dalam membangun citra positif lembaga pendidikan Islam. Penelitian dengan fokus pada strategi *public relations* meliputi pendekatan, komunikasi, dan media dalam membangun citra positif. Penelitian ini dilakukan di MAN Insan Cendekia Pekalongan, dengan pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana pendekatan, komunikasi, dan media *public relations* dalam membangun citra positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan? Adakah pengaruh secara parsial pendekatan, komunikasi dan media *public relations* terhadap citra positif? Serta Adakah pengaruh secara bersama antara pendekatan, komunikasi, dan media *public relations* terhadap citra positif?. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pendekatan, komunikasi, dan media *public relations* dalam membangun citra positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan, dan menjelaskan pengaruh secara parsial pendekatan, komunikasi dan media *public relations* terhadap citra positif, serta menjelaskan pengaruh secara bersama antara pendekatan, komunikasi dan media *public relations* terhadap citra positif.

Metode dalam penelitian ini adalah *mixed method*, dengan desain *sequential exploratory design*. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Adapun Teknik Pengumpulan data tahap pertama melalui teknik observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumentasi., dengan teknik analisis data kondensasi data, *data display*, dan *conclusion*. Serta analisis keabsahan data melalui teknik triangulasi. Kemudian pada tahap ke-2 jenis penelitian kuantitatif yang digunakan yaitu jenis penelitian pokok (*fundamental research*) dengan desain penelitian *one shoot case study*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik tes. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis deskriptif dengan menggunakan uji Run Test dan teknik analisis inferensial dengan menggunakan uji statistik Kendal Tau dan ANOVA serta uji Beda T-Test.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pendekatan *Public Relations* dalam membangun citra positif MAN Insan Cendekia Pekalongan berbentuk madrasah unggul berdaya sanding. Madrasah unggul berdaya sanding ialah madrasah yang mampu memberikan nilai-nilai positif pada sekelilingnya. Adapun bentuk pendekatan diantaranya *pertama*, pendekatan filosofis, melalui program studi kolaborasi. *Kedua*, pendekatan fungsionalis, melalui basis akademik, kesiswaan, dan keasramaan. *Ketiga*, pendekatan manajerial, melalui model konseptual dan operasional. Kemudian juga terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh Pendekatan *Public Relations* terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan. Jadi apabila semakin tinggi Pendekatan *Public Relations* maka berpengaruh terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan maupun sebaliknya.

Komunikasi *public Relations* dalam membangun citra positif MAN Insan Cendekia Pekalongan berbentuk keshalehan berkomunikasi diantaranya *pertama* komunikasi verbal seperti, *pertama* perkataan benar dan jujur, *kedua*, perkataan lancar, jelas dan tepat, *ketiga* perkataan mulia, *keempat* pesan yang baik, *kelima* bahasa yang sederhana. *Kedua*, komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang memiliki kesan mendalam dan kasih sayang. Lalu terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh Komunikasi *Public Relations* terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan. Jadi apabila semakin tinggi Komunikasi *Public Relations* maka berpengaruh terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan maupun sebaliknya.

Media *public Relations* memiliki peranan yaitu *partisipasi, support, appreciation, dan knowledge*. Adapun dalam membangun citra positif MAN Insan Cendekia Pekalongan media yang digunakan diantaranya : Media elektronik berupa televisi dan radio, Media cetak berupa majalah atau buletin, Media online berupa website dan media sosial. Kemudian terdapat prinsip media *public relations* diantaranya *by establishing a reputations for reliability* (Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya), *by supplying good copy* (Menyediakan salinan yang baik), dan *by building personal relationship white the media* (Membangun hubungan personal yang kokoh). Lalu terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh Media *Public Relations* terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan. Jadi apabila semakin tinggi Media *Public Relations* maka berpengaruh terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan maupun sebaliknya. Kemudian didapatkan bahwa Pendekatan *Public Relations*, Komunikasi *Public Relations*, Media *Public Relations* terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan dengan hasil pengujian simultan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama Pendekatan *Public Relations*, Komunikasi *Public Relations*, Media *Public Relations* terhadap Citra Positif di MAN Insan Cendekia Pekalongan.

ABSTRACT

The thesis with the title "Public relations strategies in building a positive image (Sequential exploratory mixed method study at MAN Insan Scholar Pekalongan)" was written by Muhammad Izzul Haq supervised by Prof. Dr. H. Prim Masrokan Mutohar, M. Pd. and Prof. Sulistyorini, M.Ag.

Keywords: Strategy, Public Relations, and Positive Image

This research is motivated by the fact that many Islamic educational institutions have not maximized the role of public relations. Generally, public relations runs naturally so that the image of Islamic educational institutions is not formed positively. The image of an Islamic educational institution is not a gift but a perception that can be managed and directed in accordance with the fundamental values and vision of the Islamic educational institution unit, therefore, researchers are interested in uncovering public relations strategies in building a positive image of Islamic educational institutions. Research with a focus on public relations strategies includes approaches, communication and media in building a positive image. This research was conducted at MAN Insan Scholar Pekalongan, with the research question namely, what is the approach, communication and public relations media in building a positive image at MAN Insan Scholar Pekalongan? Is there a partial influence of public relations approach, communication and media on a positive image? And is there a joint influence between approach, communication and public relations media on a positive image? This research aims to describe the approach, communication and public relations media in building a positive image at MAN Insan Scholar Pekalongan, and explain the partial influence of the approach, communication and public relations media on the positive image, as well as explain the joint influence of the approach, communication and public media relations towards positive image.

The method in this research is a mixed method, with a sequential exploratory design. The type of qualitative research used in this research is a case study. The first stage of data collection techniques is through participant observation techniques, in-depth interviews and documentation, with data analysis techniques of data condensation, data display and conclusion. As well as analyzing the validity of the data through triangulation techniques. Then in the second stage, the type of quantitative research used is fundamental research with a one-shot case study research design. The data collection technique used is the test technique. The data analysis technique used by researchers is a descriptive analysis technique using the Run Test and an inferential analysis technique using the Kendal Tau statistical test and ANOVA as well as the T-Test Difference test.

The results of this research conclude that the Public Relations approach in building a positive image of MAN Pekalongan Scholars takes the form of a superior and competitive madrasah. A superior, competitive madrasa is a madrasa that is able

to provide positive values to its surroundings. The forms of approach include first, a philosophical approach, through a collaborative study program. Second, a functionalist approach, through academic, student and residential bases. Third, a managerial approach, through conceptual and operational models. Then there is also a positive and significant influence of the Public Relations Approach on the Positive Image at MAN Insan Scholar Pekalongan. So, if the Public Relations Approach is higher, it will have an effect on the Positive Image of MAN Pekalongan Scholars and vice versa.

Public Relations communication in building a positive image of MAN Pekalongan Scholars takes the form of pious communication, including first, verbal communication such as, first, correct and honest words, second, fluent, clear and precise words, third, noble words, fourth, good messages, and fifth, simple language. Second, non-verbal communication, namely communication that has a deep impression and affection. Then there is a positive and significant influence of Public Relations Communication on the Positive Image at MAN Insan Scholar Pekalongan. So, the higher the Public Relations Communication, the more it will affect the Positive Image of MAN Pekalongan Scholars and vice versa.

Media public relations has a role, namely participation, support, appreciation and knowledge. Meanwhile, in building a positive image of MAN Pekalongan Scholars, the media used include: Electronic media in the form of television and radio, Print media in the form of magazines or bulletins, Online media in the form of websites and social media. Then there are the principles of media public relations, including by establishing a reputation for reliability (building a reputation as someone who can be trusted), by supplying good copy (providing good copy), and by building personal relationships with the media (building strong personal relationships). Then there is a positive and significant influence of Media Public Relations on the Positive Image of MAN Insan Scholar Pekalongan. So the higher the Media Public Relations, the more it will affect the Positive Image of MAN Pekalongan Scholars and vice versa. Then it was found that the Public Relations Approach, Public Relations Communication, Public Relations Media had on the Positive Image at MAN Insan Scholar Pekalongan with the results of simultaneous testing that there was a joint influence of the Public Relations Approach, Public Relations Communication, Public Relations Media on the Positive Image at MAN Insan Pekalongan Scholar.

المخلص

الأطروحة بعنوان: "استراتيجية العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية (دراسة منهجية مختلطة استكشافية متسلسلة في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان)" من تأليف محمد عز الحق وإشراف الأستاذ الدكتور بريم مسروقان مطهر، ماجستير في العلوم السياسية والأستاذ الدكتور سوليستيوريني ماجستير في العلوم السياسية

الكلمات المفتاحية الاستراتيجية والعلاقات العامة والصورة الإيجابية

الدافع وراء هذا البحث هو أن العديد من المؤسسات التعليمية الإسلامية لم تعظم دور العلاقات العامة. وعموماً، تسير العلاقات العامة بشكل طبيعي بحيث لا تتشكل صورة المؤسسات التعليمية الإسلامية بشكل إيجابي. إن صورة المؤسسات التربوية الإسلامية ليست هبة بل هي تصور يمكن إدارتها وتوجيهها وفق القيم والرؤية الأساسية لوحدة المؤسسة التربوية الإسلامية، لذلك يهتم الباحثون بالكشف عن استراتيجيات العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية للمؤسسات التربوية الإسلامية. ويركز البحث على استراتيجيات العلاقات العامة بما في ذلك المناهج والاتصال والإعلام في بناء الصورة الإيجابية. وقد أجري هذا البحث في جامعة مان إنسان كندكيا بيكالونجان، وقد تم إجراء هذا البحث في جامعة مان إنسان كندكيا بيكالونجان، حيث تم طرح أسئلة البحث وهي: كيف يكون النهج والاتصال والإعلام في بناء صورة إيجابية في جامعة مان إنسان كندكيا بيكالونجان. هل هناك تأثير للنهج والاتصال وإعلام العلاقات العامة على الصورة الإيجابية. وهل هناك تأثير مشترك بين النهج والاتصال ووسائل العلاقات العامة على الصورة الإيجابية

المنهج في هذا البحث هو المنهج المختلط، مع تصميم استكشافي متسلسل. نوع البحث النوعي المستخدم في هذا البحث هو دراسة الحالة. وتتمثل تقنية جمع البيانات في المرحلة الأولى من خلال ملاحظة المشاركين، والمقابلات المتعمقة والتوثيق، مع تقنيات تحليل البيانات من تكثيف البيانات، وعرض البيانات، والاستنتاج. وكذلك تحليل صلاحية البيانات من خلال تقنيات التثليث بحيث يمكن أن تستوفي معايير درجات الثقة أو المصادقية (المصادقية)، وإمكانية النقل، والاعتمادية، واليقين (إمكانية التأكد). ثم في المرحلة الثانية، فإن نوع البحث الكمي المستخدم هو نوع البحث الأساسي مع تصميم بحث دراسة الحالة الواحدة. أما تقنية جمع البيانات المستخدمة فهي تقنية الاختبار. أما تقنيات تحليل البيانات المستخدمة من قبل الباحثين فهي تقنيات التحليل الوصفي باستخدام اختبار الجري وتقنيات التحليل الاستدلالي باستخدام اختبار كندال تاو واختبار أنوفا الإحصائي واختبار تفاضلي ت

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن نهج العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية لمدسة مان إنسان سينديكا بيكالونجان هو في شكل مدرسة متفوقة ذات قدرة تنافسية. المدرسة المتفوقة ذات القدرة التنافسية هي المدرسة القادرة على تقديم قيم إيجابية لمحيطها. وتشمل أشكال النهج أولاً، النهج الفلسفي، من خلال برنامج الدراسة التعاونية. ثانياً، المنهج الوظيفي، من خلال الأسس الأكاديمية والطلابية والدينية. ثالثاً، المنهج الإداري، من خلال النماذج المفاهيمية والتشغيلية. ثم هناك أيضاً تأثير إيجابي وهام لنهج العلاقات العامة على الصورة الإيجابية في جامعة مان إنسان سينديكا بيكالونجان. فكلما زاد نهج العلاقات العامة كلما أثر ذلك على الصورة الإيجابية في جامعة مان إنسان سينديكا بيكالونجان والعكس صحيح

ويتخذ التواصل في العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن مان إنسان سينديكا بيكالونجان شكل التواصل اللفظي الذي يشمل أولاً التواصل اللفظي مثل، أولاً: الكلمات الصادقة والصادقة، ثانياً: الكلمات السلسة

والواضحة والدقيقة، ثالثاً: الكلمات النبيلة، رابعاً: الرسائل الطيبة، خامساً: اللغة البسيطة. ثانياً: التواصل غير اللفظي وهو التواصل الذي يكون له تأثير عميق ومودة. إذًا هناك تأثير إيجابي وهام لتأثير تواصل العلاقات العامة على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان. فكلما زاد التواصل في العلاقات العامة كلما أثر ذلك على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان والعكس صحيح

لوسائل الإعلام في العلاقات العامة دور يتمثل في المشاركة والدعم والتقدير والمعرفة. أما بالنسبة لبناء صورة إيجابية عن مان إنسان سينديكا بيكالونجان، فإن وسائل الإعلام المستخدمة تشمل: الإعلام الإلكتروني في شكل تلفزيون وراديو، والإعلام المطبوع في شكل مجلات أو نشرات إخبارية، والإعلام الإلكتروني في شكل مواقع إلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. ثم هناك مبادئ العلاقات العامة لوسائل الإعلام بما في ذلك ترسيخ سمعة الموثوقية، وتوفير نسخة جيدة، وبناء علاقات شخصية ببيضاء مع وسائل الإعلام. ثم هناك تأثير إيجابي وهام لتأثير العلاقات العامة الإعلامية على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان. فكلما زادت العلاقات العامة لوسائل الإعلام كلما أثرت على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان والعكس صحيح. ثم وجد أن نهج العلاقات العامة واتصالات العلاقات العامة ووسائل العلاقات العامة على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان مع نتائج الاختبار المتزامن أن هناك تأثير مشترك لنهج العلاقات العامة واتصالات العلاقات العامة ووسائل العلاقات العامة على الصورة الإيجابية في شركة مان إنسان سينديكا بيكالونجان