

ABSTRAK

Skripsi yang dibuat dengan judul Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Baik Lembaga SMK NU Tulungagung yang ditulis oleh Ahmad Muzakka NIM. 12305193074 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dibimbing oleh Barlian Anung Prabandono, M.A.

Kata Kunci: Strategi *Public Relation*; Citra baik lembaga

Komunitas akademik (publik internal), komunitas (publik eksternal) juga berkontribusi dalam strategi humas, yaitu hubungan antara sekolah dan publik (masyarakat) yang dirancang untuk membina kerjasama dalam rangka mencapai kebaikan, pengakuan dari masyarakat dan meningkatkan mutu pendidikan. Oleh karena itu, untuk mengembangkan institusi pendidikan, SMK NU Tulungagung harus mengelola hubungan masyarakat. Secara khusus, hal ini berarti mengawasi kegiatan sekolah dan meningkatkan prestasi sekolah, yang kemudian akan dibagikan ke media sosial sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pendekatan humas yang digunakan untuk meningkatkan persepsi positif lembaga terhadap SMK NU Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan tergolong studi kasus. Tiga metode digunakan untuk memperoleh data: dokumentasi, wawancara, dan observasi. Tahapan analisis data satu, dua, dan tiga adalah kondensasi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan temuan penelitian, strategi humas SMK NU Tulungagung terdiri dari empat langkah utama: perencanaan program, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pelaporan/evaluasi. Perencanaan melibatkan identifikasi masalah dan perencanaan program berdasarkan analisis masalah; pengorganisasian melibatkan penunjukan administrator dan pemberian wewenang kepada mereka yang akan terlibat dalam kegiatan program hubungan masyarakat; dan komunikasi dengan strategi digunakan untuk melaksanakan implementasi program dan

penilaian dan pelaporan program. Berdasarkan temuan studi ini, institusi pendidikan harus menetapkan dan menerapkan rencana strategis yang selaras dengan visi, misi, dan tujuan lingkungan internal dan eksternalnya. Ketika suatu institusi menerapkan pendekatan yang baik dan tepat, hal ini akan menjadi bagian dari brandingnya, sehingga memberikan reputasi dan keunggulan yang baik dibandingkan organisasi lain yang sejenis.

ABSTRACT

Thesis written with the title “Public Relations Strategy in Building a Good Image of SMK NU Tulungagung Institution” written by Ahmad Muzakka NIM. 12305193074 Department of Islamic Communication and Broadcasting Faculty of Ushuluddin Adab and Da’wah Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung advisor by Barlian Anung Prabandono, M.A.

Keywords: Public Relations Strategy; Good image of the institution

The academic community (internal public), the community (external public) also contribute to the public relations strategy, namely the relationship between schools and the public (society) which is designed to foster cooperation in order to achieve goodness, recognition from the community and improve the quality of education. Therefore, to develop educational institutions, SMK NU Tulungagung must manage public relations. Specifically, this means monitoring school activities and improving school achievements, which will then be shared on social media as an effort to attract the attention of a wider audience. The purpose of this study is to explain the public relations approach used to increase the positive perception of institutions towards SMK NU Tulungagung. This study uses a qualitative methodology and is classified as a case study. Three methods were used to obtain data: documentation, interviews, and observations. The stages of data analysis one, two, and three are data condensation, data presentation, and verification and drawing conclusions. Based on the research findings, SMK NU Tulungagung's public relations strategy consists of four main steps: program planning, organizing, implementing, and reporting/evaluating. Planning involves identifying problems and planning programs based on problem analysis; organizing involves appointing administrators and giving authority to those who will be involved in public relations program activities; and communication with strategies is used to carry out program implementation and program assessment and reporting. Based on the findings of this study, educational institutions must establish and implement strategic

plans that are aligned with their vision, mission, and goals of their internal and external environments. When an institution implements a good and appropriate approach, this will become part of its branding, thus providing a good reputation and advantage compared to other similar organizations.

خلاصة

الأطروحة مكتوبة بعنوان "استراتيجية العلاقات العامة في بناء صورة جيدة لمؤسسة المدرسة الثانوية المهنية نهضة العلماء تولونج أجونج" كتبها أحمد موزكا رقم الدفتر القيد. ١٢٣٠٥١٩٣٠٧٤ قسم الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية أصول الدين الأدب والدعوة، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج، إشراف بارليان أنونج براباندونو، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية العلاقات العامة؛ صورة جيدة للمؤسسة

كما يساهم المجتمع الأكاديمي (الجمهور الداخلي)، والمجتمع (الجمهور الخارجي) في استراتيجية العلاقات العامة، وهي العلاقة بين المدرسة والجمهور (المجتمع) والتي تهدف إلى تعزيز التعاون من أجل تحقيق الخير والاعتراف به من قبل المجتمع وتحسينه. جودة التعليم. لذلك، لتطوير المؤسسات التعليمية، يجب على المدرسة الثانوية المهنية نهضة العلماء تولونج أجونج إدارة العلاقات المجتمعية. وعلى وجه التحديد، يعني هذا مراقبة الأنشطة المدرسية وتحسين الأداء المدرسي، والتي سيتم بعد ذلك مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي في محاولة لجذب انتباه جمهور أوسع. الغرض من هذا البحث هو شرح منهج العلاقات العامة المستخدم لزيادة التصور الإيجابي للمؤسسة عن المدرسة الثانوية المهنية نهضة العلماء تولونج أجونج. يستخدم هذا البحث المنهجية النوعية ويصنف على أنه دراسة حالة. تم استخدام ثلاث طرق للحصول على البيانات: التوثيق، والمقابلات، والملاحظة. مراحل تحليل البيانات الأولى والثانية والثالثة هي تكتيف البيانات وعرض البيانات والتحقق واستخلاص النتائج. بناءً على نتائج الأبحاث، تتكون استراتيجية العلاقات العامة المدرسة الثانوية المهنية نهضة العلماء تولونج أجونج من أربع خطوات رئيسية: تخطيط البرامج، والتنظيم، والتنفيذ، وإعداد التقارير/التقييم. يتضمن التخطيط تحديد المشكلات وتخطيط البرامج بناءً على تحليل المشكلات؛ يتضمن التنظيم تعيين المسؤولين ومنح السلطة لأولئك الذين سيشاركون في أنشطة برنامج العلاقات العامة؛ والتواصل مع الاستراتيجيات المستخدمة لتنفيذ البرنامج وتقييم البرنامج وإعداد التقارير. وبناءً على نتائج هذه الدراسة، يجب على المؤسسات التعليمية وضع وتنفيذ خطط استراتيجية تتماشى مع رؤية ورسالة وأهداف بيئتها الداخلية والخارجية. عندما تطبق مؤسسة ما نهجاً جيداً ومناسباً، فإن ذلك سيصبح جزءاً من علامتها التجارية، وبالتالي توفير سمعة طيبة وتفوق مقارنة بالمنظمات الأخرى المماثلة.