ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra lembaga Pendidikan SMKN 1 Boyolangu" ini ditulis oleh Luluk Nurlaili, NIM 126207213141, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Sukarji, M.Pd. I, NIP. 196410121987031014

Kata Kunci: Manajemen Hubungan Masyarakat, Citra Lembaga Pendidikan.

Keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam mencapai tujuannya salah satunya adalah ditentukan oleh kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak hubungan masyarakat (humas) di sekolah yang baik sehingga akan berdampak pada peningkatan citra positif sekolah. Keberhasilan pendidikan sangat tergantung pada hubungan antara sekolah dan masyarakat, dimana kerja sama antar keduanya memiliki dampak signifikan terhadap kemajuan pendidikan secara keseluruhan. Manajemen hubungan masyarakat memiliki peranan penting sebagai mediator antara sekolah dengan publiknya, bertugas membangun citra positif sekolah, mengkomunikasikan program-program unggulan, dan lain sebagainya. Penelitian ini membahas tentang pengelolaan humas di SMKN 1 Boyolangu yang merupakan sekolah kejuruan di kabupaten Tulungagung dengan akreditasi "A". SMKN 1 Boyolangu merupakan SMK Negeri yang manajemen hubungan masyarakatnya sangat luar biasa sehingga citra sekolah menjadi sangat baik. Peneliti dengan ini tertarik untuk mengetahui proses manajemen humas SMKN 1 Boyolangu yang dilaksanakan sehingga citra sekolah menjadi sangat baik di hadapan masyarakat luas.

Fokus penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana perencanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu? (2) Bagaimana pengorganisasian hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu? (3) Bagaimana pelaksanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu? (4) Bagaimana evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu? (5) Bagaimana hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu?

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan penelitiannya adalah kualitatif dan jenis penelitiannya deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data adalah dengan kumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan pada penelitian ini adalah dengan triangulasi sumber data, ketekunan pengamatan, dan diskusi teman sejawat.

Hasil penelitian ini yaitu: (1) Perencanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu adalah dengan memposting di sosial media sekolah terkait seluruh kegiatan yang ada baik kegiatan

internal maupun eksternal. Meningkatkan informasi-informasi yang bisa diakses oleh masyarakat melalui media sosial. Adanya rangkaian terstruktur yang dilakukan sebelum memposting berita maupun kegiatan di media sosial. Sekolah harus mampu menciptakan anak-anak yang siap kerja dan berwirausaha. (2) Pengorganisasian hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu yaitu bidang kehumasan memiliki bagian tugas dan wewenang masing-masing yang telah terstruktur dengan jelas. Waka humas selaku pimpinan di kehumasan selalu melakukan koordinasi dengan bawahannya. Humas selalu berkoordinasi dengan kepala sekolah, seluruh waka, dan juga tim manajerial. Kegiatan yang dilakukan humas selalu direncanakan, dan dikonsep dengan baik. (3) Pelaksanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu yaitu melakukan kemitraan atau bentuk kerja sama dengan instansi lain. Sekolah berupaya untuk terus menciptakan kompetensi siswa yang unggul sehingga dapat menghasilkan lulusan yang siap kerja. Humas menekankan pada penguatan kerja sama dengan dunia usaha dan dunia industri. Pelaksanaan program kerja humas sesuai dengan visi misi sekolah. Strategi yang dilakukan dalam pelaksanaan humas untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan adalah dengan menekankan pada publikasi sekolah ke media sosial dan persiapan yang matang. Pihak kehumasan ditekankan untuk berfokus pada tujuan SMK dan selalu mengetahui pasar (4) Evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolangu yaitu memastikan bahwa program humas yang berjalan sudah sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Setiap permasalahan maupun kelemahan yang terjadi akan ditindaklanjuti. Pemantauan serta pendampingan dalam setiap pekerjaan. Sekolah mengevaluasi kinerja sumber daya manusia dan mengadakan peningkatan sumber daya manusia yang ada di bidang kehumasan. Mendatangkan guru tamu dengan kriteria sesuai yang dibutuhkan. (5) Hasil manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan SMKN 1 Boyolang yaitu 80% anak-anak di SMKN 1 Boyolangu menjadi lulusan yang siap kerja dan sudah diterima bekerja. Sisanya yang 20% adalah anak-anak yang melanjutkan ke perguruan tinggi dan berwirausaha. SMKN 1 Boyolangu selalu mendapatkan prestasi dalam mengikuti event. Jumlah followers akun instagram SMKN 1 Boyolangu itu adalah yang terbanyak dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain. Sekolah mencapai 12.000 *followers* dan dengan respon *like*, *share*, dan komen yang seimbang di setiap postingan yang di upload. Sekolah memiliki daya jual yang tinggi. SMKN 1 Boyolangu selama ini mendapatkan citra atau pandangan yang baik di mata publik. Dampak yang diperoleh sangat baik, semua program yang dilaksanakan sesuai dengan visi dan misi sekolah. SMKN 1 Boyolangu terus melakukan peningkatan-peningkatan sehingga sekolah tidak akan tertinggal karena mampu mengikuti perkembangan yang ada.

ABSTRACT

The thesis entitled "Public Relations Management in Improving the Image of SMKN 1 Boyolangu Educational Institution" was written by Luluk Nurlaili, NIM 126207213141, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Dr. Sukarji, M.Pd. I, NIP. 196410121987031014

Keywords: Public Relations Management, Image of Educational Institutions.

The success of an educational institution in achieving its goals is determined by the activities organized by the public relations in the school which are good so that it will have an impact on improving the positive image of the school. The success of education is highly dependent on the relationship between the school and the community, where cooperation between the two has a significant impact on the progress of education as a whole. Public relations management has an important role as a mediator between the school and its public, tasked with building a positive image of the school, communicating superior programs, and so on. This study discusses the management of public relations at SMKN 1 Boyolangu which is a vocational school in Tulungagung district with "A" accreditation. SMKN 1 Boyolangu is a State Vocational School whose public relations management is extraordinary so that the school's image is very good. The researcher is interested in knowing the process of public relations management at SMKN 1 Boyolangu which is implemented so that the school's image is very good in front of the wider community.

The focus of this research is: (1) How is public relations planning in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution? (2) How is public relations organized in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution? (3) How is public relations implemented in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution? (4) How is public relations evaluated in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution? (5) What are the results of public relations management in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution?

This study uses a qualitative descriptive research design, namely the research approach is qualitative and the type of research is descriptive. Data collection techniques used in this study are participant observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis is by data collection, data condensation, data presentation, and drawing conclusions. Checking the validity of the findings in this study is by triangulating data sources, observation persistence, and peer discussions.

The results of this study are: (1) Public relations planning in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution is by posting on the school's social media related to all existing activities, both internal and external activities. Increasing information that can be accessed by the public through social media.

There is a structured series that is carried out before posting news or activities on social media. Schools must be able to create children who are ready to work and become entrepreneurs. (2) Organizing public relations in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution, namely the public relations sector has its own duties and authorities that have been clearly structured. The deputy head of public relations as the leader in public relations always coordinates with his subordinates. Public relations always coordinates with the principal, all deputy heads, and also the managerial team. Activities carried out by public relations are always planned and well conceptualized. (3) Implementation of public relations in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution, namely by carrying out partnerships or forms of cooperation with other agencies. The school strives to continue to create superior student competencies so that it can produce graduates who are ready to work. Public relations emphasizes strengthening cooperation with the business world and the industrial world. The implementation of the public relations work program is in accordance with the school's vision and mission. The strategy used in implementing public relations to improve the image of educational institutions is to emphasize school publications on social media and thorough preparation. The public relations department is emphasized to focus on the goals of the vocational school and always be aware of the market. (4) Evaluation of public relations in improving the image of SMKN 1 Boyolangu educational institution, namely ensuring that the running public relations program is in accordance with what has been planned. Every problem or weakness that occurs will be followed up. Monitoring and assistance in every job. The school evaluates the performance of human resources and carries out improvements to existing human resources in the field of public relations. Bringing in guest teachers with the criteria as needed. (5) The results of public relations management in improving the image of SMKN 1 Boyolang educational institution, namely 80% of children at SMKN 1 Boyolangu are graduates who are ready to work and have been accepted to work. The remaining 20% are children who continue to college and become entrepreneurs. SMKN 1 Boyolangu always gets achievements in participating in events. The number of followers of SMKN 1 Boyolangu's Instagram account is the largest compared to other schools. The school reaches 12,000 followers and with a balanced response of likes, shares, and comments on every post uploaded. The school has high selling power. SMKN 1 Boyolangu has so far received a good image or view in the eyes of the public. The impact obtained is very good, all programs implemented are in accordance with the school's vision and mission. SMKN 1 Boyolangu continues to make improvements so that the school will not be left behind because it is able to follow existing developments.

خلاصة

الرسالة التي تحمل العنوان""إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية الحكومة 1 بويولاعو"من قبل لولوك نورلايلي، نبم ١٢٦٢٠٧٢١٣١٤١، برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة سيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية في تولونج أجونج، بإشراف الدكتور سوكارجي، ماجستير في الإدارة. أنا، نيب. ١٩٦٤١٠١٢١٩٨٧٠٣١٠١٤

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، صورة المؤسسات التعليمية

إن نجاح المؤسسة التعليمية في تحقيق أهدافها يتحدد من خلال الأنشطة التي يقوم بها قسم العلاقات العامة بالمدرسة والتي سيكون لها أثر في تحسين الصورة الإيجابية للمدرسة. يعتمد النجاح التعليمي إلى حد كبير على العلاقة بين المدارس والمجتمعات، حيث أن التعاون بين الاثنين له تأثير كبير على التقدم التعليمي الشامل. تلعب إدارة العلاقات العامة دوراً هاماً كوسيط بين المدرسة وجمهورها، حيث تعمل على بناء صورة إيجابية للمدرسة، والتواصل مع الجمهور، البرامج الرائدة، وما إلى ذلك. تناقش هذه الدراسة إدارة العلاقات العامة في المدرسة الثانوية المهنية الحكومة 1 بويولاعو، وهي مدرسة مهنية في منطقة تولونجاجونج حاصلة على الاعتماد "أ". مدرسة المدرسة الثانوية المهنية الحكومة 1 بويولاعو هي مدرسة مهنية حكومية تتمتع بإدارة علاقات عامة استثنائية بحيث تكون صورة المدرسة جيدة جدًا. يهتم الباحث بمعرفة عملية إدارة العلاقات العامة في مدرسة المدرسة الثانوية المهنية الحكومة 1 بويولاعو والتي يتم تنفيذها بحيث تصبح صورة المدرسة جيدة جدًا في نظر المجتمع الأوسع.

يركز هذا البحث على: (١) كيف تعمل تخطيط العلاقات العامة على تحسين الصورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية الحكومة ١ بويولاعو؟ (٢) كيفية تنظيم العلاقات العامة لتحسين صورة لمؤسسة المدرسة الثانوية المهنية الحكومة ١ بويولاعو التعليمية؟ (٣) كيف يتم تطبيق العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية الحكومة ١ بويولاعو؟ (٤) كيف يتم تقييم العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية الحكومة ١ بويولاعو؟ (٥) ما هي نتائج إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة لمؤسسة المدرسة الثانوية المهنية الحكومة ١ بويولاعو التعليمية؟

يعتمد هذا البحث على تصميم بحث وصفي نوعي، أي أن منهج البحث نوعي ونوع البحث وصفي. كانت تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي الملاحظة بالمشاركة، والمقابلات المتعمقة، والتوثيق. يتم تحليل البيانات عن

طريق جمع البيانات، وتكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. تم التحقق من صحة النتائج في هذه الدراسة من خلال تحديد مصادر البيانات والملاحظة الدؤوبة ومناقشة الأقران.

نتائج هذه الدراسة هي: (١) يتم التخطيط للعلاقات العامة لتحسين صورة مؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو من خلال النشر على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالمدرسة فيما يتعلق بجميع الأنشطة الموجودة، سواء الأنشطة الداخلية أو الخارجية. زيادة المعلومات التي يمكن للجمهور الوصول إليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. هناك سلسلة منظمة يتم تنفيذها قبل نشر الأخبار أو الأنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي. يجب أن تكون المدارس قادرة على إنتاج أطفال مستعدين للعمل وريادة الأعمال. (٢) تنظيم العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو، أي أن قطاع العلاقات العامة لديه واجباته وصلاحياته الخاصة والتي تم تنظيمها بوضوح. نائب مسؤول العلاقات العامة باعتباره قائدًا للعلاقات العامة ينسق دائمًا مع مرؤوسيه. تقوم العلاقات العامة دائمًا بالتنسيق مع المدير وجميع نواب المديرين وكذلك الفريق الإداري. إن الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة يتم التخطيط لها دائمًا وفهمها جيدًا. (٣) تنفيذ العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو، وذلك من خلال تنفيذ الشراكات أو أشكال التعاون مع الجهات الأخرى. وتسعى المدرسة إلى مواصلة خلق كفاءات طلابية متفوقة حتى تتمكن من إنتاج خريجين جاهزين للعمل. تؤكد العلاقات العامة على تعزيز التعاون مع عالم الأعمال والعالم الصناعي. تنفيذ برامج عمل العلاقات العامة بما يتوافق مع رؤية المدرسة ورسالتها. الاستراتيجية المتبعة في تنفيذ العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسات التعليمية هي التركيز على منشورات المدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي والإعداد الجيد. وشدد على أهمية أن تركز العلاقات العامة على أهداف المدارس المهنية وأن تكون على دراية دائمة بالسوق. (٤) تقييم العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة التعليمية المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو، وبالتحديد التأكد من أن برنامج العلاقات العامة الجاري تنفيذه يتوافق مع ما تم التخطيط له. سيتم متابعة أي مشاكل أو نقاط ضعف تحدث. المراقبة والمساعدة في كل عمل. تقوم المدرسة بتقييم أداء الموارد البشرية وتحسين الموارد البشرية الموجودة في مجال العلاقات العامة. إحضار المعلمين الضيوف مع المعايير اللازمة. (٥) نتائج إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو التعليمية هي أن ٨٠٪ من

الأطفال في المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو هم خريجون مستعدون للعمل وتم قبولهم للعمل. أما الـ ٢٠٪ المتبقية فهم أطفال يواصلون تعليمهم الجامعي ويصبحون رواد أعمال. يحقق المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو دائمًا إنجازات في المشاركة في الأحداث. عدد المتابعين لحساب المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو على انستاكرام هو الأكبر مقارنة بالمدارس الأخرى. وصلت المدرسة إلى ١ متابع مع استجابة متوازنة من الإعجابات والمشاركات والتعليقات على كل منشور تم تحميله. المدارس لديها قوة بيع عالية. لقد حظي المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو حتى الآن بصورة أو منظر جيد في نظر الجمهور. وكان الأثر الذي حصلنا عليه جيدًا جدًا، وكانت جميع البرامج التي تم تنفيذها متوافقة مع رؤية المدرسة ورسالتها. تستمر مدرسة المدرسة الثانوية المهنية ١ بويولاعو د في إجراء التحسينات حتى لا تتخلف المدرسة عن الركب لأنها قادرة على متابعة التطورات الحالية.