

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMPN 3 Tulungagung" ini ditulis oleh Mila Diah Puji Astuti, NIM 1860207221001, dengan pembimbing Bapak Moh. Mashudi, M.Pd.I

Kata Kunci: *Manajemen Hubungan Masyarakat, Minat Calon Peserta Didik*

Manajemen humas dalam meningkatkan ketertarikan calon peserta didik baru merupakan sebuah langkah strategis untuk membentuk serta menjaga relasi yang selaras antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Keberhasilan suatu institusi pendidikan dalam mewujudkan visi dan misinya sangat bertumpu pada partisipasi serta kontribusi dari khalayak umum. Partisipasi masyarakat dapat terlihat dari semangat mereka dalam mempercayakan anak-anak kepada lembaga pendidikan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon peserta didik di SMPN 3 Tulungagung dengan fokus penelitian: 1) Bagaimana perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon peserta didik di SMPN 3 Tulungagung?; 2) Bagaimana pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon peserta didik di SMPN 3 Tulungagung?; 3) Bagaimana evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon peserta didik di SMPN 3 Tulungagung?

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai strategi pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan meliputi penggabungan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Disamping itu, penelitian ini juga melaksanakan verifikasi data melalui perpanjangan pengamatan, serta triangulasi sumber dan metode.

Adapun hasil penelitian manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon peserta didik di SMPN 3 Tulungagung sebagai berikut: 1) Perencanaan humas dilaksanakan melalui rapat koordinasi berkala dengan melibatkan seluruh guru dan karyawan, mengkombinasikan strategi digital dan konvensional, serta fokus pada pengembangan kemampuan non-akademik dan program pembiasaan inovatif seperti GPS, Gemes Bestie, dan Senin Prestasi, 2) Pelaksanaan humas dilakukan melalui pengelolaan aktif media sosial oleh waka humas dan tim X School Content Creator, publikasi prestasi siswa secara konsisten, penggunaan media konvensional untuk PPDB, kerjasama dengan pihak eksternal, serta penyediaan fasilitas dan bantuan finansial untuk pengembangan bakat siswa, 3) Evaluasi humas dilakukan melalui rapat staff akhir tahun dan rapat dinas bulanan dengan hasil yang didokumentasikan dalam buku acuan, menggunakan indikator kuantitatif dan kualitatif, menunjukkan dampak positif berupa peningkatan jumlah pendaftar hingga melebihi kapasitas sekolah setiap tahunnya.

ABSTRACT

This thesis, titled “Public Relations Management in Increasing Interest Among Prospective Students at SMPN 3 Tulungagung,” was written by Mila Diah Puji Astuti, Student ID 1860207221001, under the supervision of Mr. Moh. Mashudi, M.Pd.I.

Keywords: *Public Relations Management, Prospective Student’s Interest*

Public relations management plays a strategic role in attracting prospective students, helping to build and maintain harmonious relationships between educational institutions and the community. The success of an educational institution in realizing its vision and mission depends heavily on the participation and contributions of the general public. Community participation is evident in their willingness to entrust their children to the institution.

This study aims to describe public relations management in increasing the interest of prospective students at SMPN 3 Tulungagung, with the following research focus: 1) How is public relations management planned to increase the interest of prospective students at SMPN 3 Tulungagung?; 2) How is public relations management implemented to increase the interest of prospective students at SMPN 3 Tulungagung?; 3) How is public relations management evaluated in increasing the interest of prospective students at SMPN 3 Tulungagung?

This study employs a descriptive qualitative research method, utilizing interviews, observation, and documentation as data collection strategies. The data analysis methods used include data synthesis, data presentation, and drawing conclusions. In addition, this study also conducts data verification through extended observation, as well as triangulation of sources and methods

The results of the study on public relations management in increasing the interest of prospective students at SMPN 3 Tulungagung are as follows: 1) Public relations planning is carried out through regular coordination meetings involving all teachers and staff, combining digital and conventional strategies, and focusing on the development of non-academic skills and innovative adaptation programs such as GPS, Gemes Bestie, and Monday Achievements, 2) Public relations implementation is carried out through active social media management by the public relations vice principal and the X School Content Creator team, consistent publication of student achievements, the use of conventional media for student recruitment, collaboration with external parties, and the provision of facilities and financial assistance for student talent development, 3) Public relations evaluations are conducted through year-end staff meetings and monthly departmental meetings, with results documented in a reference book using quantitative and qualitative indicators, demonstrating a positive impact in the form of an increase in the number of applicants exceeding the school’s capacity each year.

الملخص

الرسالة العلمية بعنوان: "إدارة العلاقات العامة في تنمية اهتمام المرشحين للانتخابات بالمدرسة الإعدادية"، أعدتها ميلا دياه بوجي أستوتي، ١٨٦٠٢٠٧٢٣١٠٠١، من قسم، تحت إشراف الأستاذ محمد مشهودي، الماجستير في التربية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، اهتمام المرشحين للانتخابات بالمؤسسة التعليمية.

تُعد إدارة العلاقات العامة في استقطاب اهتمام الطلاب المحتملين خطوةً استراتيجية تهدف إلى بناء علاقة متوازنة والحفاظ عليها بين المؤسسة التعليمية ومحيطها الاجتماعي. ويتوقف نجاح أي مؤسسة تعليمية في تحقيق رؤيتها ورسالتها إلى حدٍ بعيد على مدى مشاركة المجتمع وإسهامه الفعلي. وتتجلى هذه المشاركة في حرص أولياء الأمور على تسجيل أبنائهم في تلك المؤسسة.

يهدف هذا البحث إلى وصف إدارة العلاقات العامة في تنمية اهتمام المرشحين للانتخابات بالمدرسة الإعدادية الحكومية الثالثة تولونغاغونغ، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

(١) كيف يجري تخطيط إدارة العلاقات العامة في تنمية اهتمام المرشحين للانتخابات بهذه المدرسة؟

(٢) كيف يجري تنفيذ إدارة العلاقات العامة في هذا الإطار؟

(٣) كيف تجري عملية تقييم إدارة العلاقات العامة في هذا السياق؟

اعتمد البحث على المنهج الوصفي النوعي، مستعيناً بأدوات المقابلة والملاحظة والتوثيق لجمع البيانات. وقد شملت عملية تحليل البيانات ثلاث مراحل: تكتيف البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج. كما تم التحقق من مصداقية البيانات عبر تمديد فترة الملاحظة والتثليل في المصادر والأساليب.

وقد أسفر البحث عن النتائج التالية:

(١) يُنفذ تخطيط العلاقات العامة عبر اجتماعات تنسيقية دورية تضم جميع أعضاء هيئة التدريس والعاملين، وتُدمج فيه الاستراتيجيات الرقمية والتقليدية، مع التركيز على تطوير المهارات غير الأكاديمية وبرامج التحفيز المبتكرة كبرنامج جمع القمامة، وبرنامج "جيمس بيستي"، ومبادرة "يوم الاثنين للإنجاز".

(٢) يُنفذ العمل الميداني للعلاقات العامة من خلال إدارة نشطة لمنصات التواصل الاجتماعي يتولاها نائب المدير للعلاقات العامة وفريق منتجي المحتوى المدرسي "صانع محتوى المدرسة"، وذلك بالتزامن مع نشر إنجازات الطلاب بصورة منتظمة، وتوظيف الوسائل التقليدية في عمليات القبول والتسجيل، وإبرام شراكات مع جهات خارجية، فضلاً عن توفير الإمكانيات المادية والدعم المالي لرعاية مواهب الطلاب.

(٣) تُجرى عملية تقييم العلاقات العامة في اجتماعات نهاية العام الدراسي والاجتماعات الإدارية الشهرية، وتُدرّج نتائجها في سجل مرجعي معتمد، وذلك وفق مؤشرات كمية ونوعية؛ وقد كشفت هذه النتائج عن أثر

إيجابي ملموس تمثل في تصاعد أعداد المتقدمين للقبول حتى باتت تتجاوز الطاقة الاستيعابية للمدرسة سنة بعد سنة.