

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung.” Ditulis oleh **Rosita Rahmawati** NIM 1860207222094, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Prof. Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Kata Kunci: *Strategi, Hubungan Masyarakat, Citra Lembaga Pendidikan*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pentingnya peran citra lembaga pendidikan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Citra yang positif tidak hanya menjadi faktor penentu dalam menarik minat masyarakat, tetapi juga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Hubungan masyarakat memiliki peran strategis sebagai penghubung antara lembaga pendidikan dengan berbagai pemangku kepentingan. MAN 3 Tulungagung sebagai salah satu lembaga pendidikan yang aktif dalam publikasi prestasi dan kegiatan sekolah menunjukkan adanya upaya sistematis dalam membangun citra positif melalui strategi komunikasi yang terencana.

Fokus Penelitian ini adalah (1) Bagaimana formulasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung? (2) Bagaimana implementasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung? (3) Bagaimana evaluasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung?

Metode penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini melakukan pengecekan keabsahan data dengan kredibilitas mencakup ketekunan penelitian, perpanjangan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Formulasi strategi humas dilakukan melalui proses perencanaan yang matang dengan mempertimbangkan visi lembaga, kebutuhan publik, analisis kondisi internal dan eksternal serta penetapan tujuan jangka Panjang. Strategi yang dirumuskan menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang melibatkan partisipasi aktif stakeholder, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra lembaga yang positif. (2) Implementasi strategi hubungan masyarakat dilakukan secara holistik dengan melibatkan seluruh warga madrasah. Kegiatan diwujudkan melalui program beasiswa, media informasi lembaga, kemitraan dengan UMKM, program magang siswa, serta kegiatan sosial masyarakat. Implementasi ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya kepercayaan masyarakat, bertambahnya jumlah peserta didik, serta terjalinnya kemitraan yang mendukung penguatan citra lembaga. (3) Evaluasi hubungan masyarakat dilakukan secara berkala melalui pendekatan informal dan formal. Evaluasi juga dilaksanakan secara menyeluruh pada akhir tahun pembelajaran untuk menilai kinerja program serta mengidentifikasi kendala dan solusi. Strategi menegaskan bahwa evaluasi berkelanjutan berperan penting dalam memperbaiki strategi humas, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan memperkuat citra lembaga di mata masyarakat.

ABSTRACT

Thesis with the title "Public Relations Strategy in Improving the Image of Educational Institutions at Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung." Written by **Rosita Rahmawati** NIM 1860207222094, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Prof. Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Image of Educational Institutions*

This research is motivated by the increasing importance of the image of educational institutions in facing increasingly fierce competition. A positive image is not only a determining factor in attracting public interest, but also affects the level of public trust in the quality of educational services provided. Public relations has a strategic role as a liaison between educational institutions and various stakeholders. MAN 3 Tulungagung as one of the educational institutions that is active in the publication of school achievements and activities shows that there are systematic efforts in building a positive image through a planned communication strategy.

The focus of this research is (1) How is the formulation of public relations strategies in improving the image of educational institutions in Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung? (2) How is the implementation of the public relations strategy in improving the image of educational institutions in Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung? (3) How is the evaluation of public relations strategies in improving the image of educational institutions in Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung?

The research method used is a qualitative approach with a case study type using in-depth interviews, non-participant observations, and documentation as data collection methods. This study checks the validity of data with credibility including research diligence, extension of observation and triangulation.

The results of the study show that: (1) The formulation of public relations strategies is carried out through a careful planning process by considering the vision of the institution, public needs, analysis of internal and external conditions and the fiber of setting long-term goals. The strategy formulated emphasizes the importance of two-way communication involving the active participation of stakeholders, so that it not only functions as a conveyor of information, but also as a means of building a positive image of the institution. (2) The implementation of the public relations strategy is carried out holistically by involving all madrasah residents. Activities are realized through scholarship programs, institutional information media, partnerships with MSMEs, student internship programs, and community social activities. This implementation has a positive impact in the form of increasing public trust, increasing the number of students, and establishing partnerships that support strengthening the institution's image. (3) Public relations evaluation is carried out periodically through informal and formal approaches. A thorough evaluation is also carried out at the end of the school year to assess program performance and identify obstacles and solutions. The strategy emphasizes that continuous evaluation plays an important role in improving public relations strategies, so as to increase trust and strengthen the image of the institution in the eyes of the public.

الملخص

أطروحة بعنوان "استراتيجية العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسات التعليمية في مدرسة عليا نغري ثلاثة تولونغ اغونغ." كتبها روسيتا رحماواني رقم تعريف الطالب ١٨٦٠٢٠٧٢٢٢٠٩٤ ، برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، سيد علي رحمت الله بجامعة الدولة الإسلامية في تولونغ اغونغ، تحت إشراف البروفيسور الدكتور حاج تشوسنول شوتيماه، ماجيستر أغاما.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، العلاقات العامة، صورة المؤسسات التعليمية

هذا البحث مدفوع بأهمية صورة المؤسسات التعليمية المتزايدة في مواجهة المنافسة المتزايدة الشدة. الصورة الإيجابية ليست فقط عاملا حاسما في جذب اهتمام الجمهور، بل تؤثر أيضا على مستوى ثقة الجمهور في جودة الخدمات التعليمية المقدمة. تلعب العلاقات العامة دورا استراتيجيا كحلقة وصل بين المؤسسات التعليمية ومختلف أصحاب المصلحة. رجل ٣: تولونغ اغونغ، كواحدة من المؤسسات التعليمية النشطة في نشر إنجازات وأنشطة مدرسية، تظهر جهودا منهجية لبناء صورة إيجابية من خلال استراتيجية تواصل مخططة.

يركز هذا البحث على (١) كيف يتم صياغة استراتيجيات العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسات التعليمية في مدرسة عليا نغري ٣ تولونغ اغونغ؟ (٢) كيف يتم تنفيذ استراتيجية العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسات التعليمية في مدرسة عليا نغري ٣ تولونغ اغونغ؟ (٣) كيف يتم تقييم استراتيجيات العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسات التعليمية في مدرسة عليا نغري ٣ تولونغ اغونغ؟

طريقة البحث المستخدمة هي نهج نوعي مع نوع دراسة حالة يستخدم مقابلات معمقة، وملاحظات غير مشاركة، وتوثيق كطرق لجمع البيانات. تتحقق هذه الدراسة من صحة البيانات بمصادقية، بما في ذلك الاجتهاد البحثي، وتوسيع الملاحظة، والتثليث.

تظهر نتائج الدراسة أن: (١) يتم وضع استراتيجيات العلاقات العامة من خلال عملية تخطيط دقيقة مع مراعاة رؤية المؤسسة، واحتياجات الجمهور، وتحليل الظروف الداخلية والخارجية، ونسج تحديد الأهداف طويلة الأمد. تؤكد الاستراتيجية المصممة على أهمية التواصل ثنائي الاتجاه الذي يتضمن مشاركة فعالة من أصحاب المصلحة، بحيث لا يعمل فقط كناقل للمعلومات، بل أيضا كوسيلة لبناء صورة إيجابية للمؤسسة. (٢) يتم تنفيذ استراتيجية العلاقات العامة بشكل شامل من خلال إشراك جميع سكان المدارس الدينية الدينية. تتحقق الأنشطة من خلال برامج المنح الدراسية، ووسائل الإعلام المؤسسية، والشراكات مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبرامج التدريب الطلابي، والأنشطة الاجتماعية المجتمعية. لهذا التنفيذ تأثير إيجابي في شكل زيادة ثقة الجمهور، وزيادة عدد الطلاب، وإقامة شراكات تدعم تعزيز صورة المؤسسة. (٣) يتم إجراء تقييم العلاقات العامة بشكل دوري من خلال الأساليب غير الرسمية والرسمية. كما يتم إجراء تقييم شامل في نهاية العام الدراسي لتقييم أداء البرنامج وتحديد العقبات والحلول. تؤكد الاستراتيجية أن التقييم المستمر يلعب دورا مهما في تحسين استراتيجيات العلاقات العامة، بهدف زيادة الثقة وتعزيز صورة المؤسسة في أعين الجمهور.