

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dilapangan mengenai Strategi Public Relation dalam meningkatkan Brand Image pada masyarakat di SD Aisyiyah Nganjuk. Sesuai dengan fokus penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *public relation* di SD Aisyiah

SD Aisyiyah Nganjuk, untuk meningkatkan brand image lembaga sekolah menggunakan strategi public relation yang meliputi kegiatan-kegiatan siswa internal sekolah dan eksternal sekolah yang sifatnya memberi kesempatan *stakeholder* deangan membentuk paguyuban pada setiap jenjang kelas untuk ikut andil dalam perkembangan belajar siswa serta mengenalkan eksistensi SD Aisyiyah Nganjuk kepada masyarakat umum baik plosok maupun perkotaan, sekaligus merupakan ladang promosi SD Aisyiyah Nganjuk pada masyarakat, secara tidak langsung. Selain itu, SD Aisyiyah juga menggunakan media sosial seta media cetak untuk melakukan promosi. Serta menjaga komunikasi dengan wali murid.

2. Implementasi strategi *public relation* di SD Aisyiyah

Dalam pelaksanaan strategi *public relation* di SD Aisyiyah selalu melakukan perencanaan Strategi *public relation* dengan mengadakan kegiatan rapat kerja bulanan, semseteran dan tahunan baik pihak Yayasan, Kelembagaan, Komite serta kordinator Program serta Donatur. Dan juga menjalin komunikasi yang baik dengan relasi-relasi sekolah baik intansi jenjang dibawahnya maupun intansi yang lembaga butuhkan baik secara formal maupun non formal. Serta dalam pelaksanaan strategi *public relation* selalu mengundang keterlibatan *stakeholder* yang secara langsung dan cukup intens yang secara tidak langsung untuk menanamkan kepercayaan masyarakat pada SD Aisyiah Nganjuk, Adapun dalam pelaksanaan strategi *public relation*, SD aisyiah Nganjuk juga malakukan penjaringan peserta didik baru yang di laksanakan dengan sangat terbuka dan untuk umum dari berbagai karakteristik masyarakat yang ada. Dan melaksanakan pemetaan

terhadap berbagai karakteristik Masyarakat baik bawah, menengah dan atas untuk menunjang berjalanya kegiatan belajar peserta didik berdasarkan kebutuhan dan kemampuan baik secara materi dan non materi agar tujuan dan keperuntukan Pendidikan terlaksana sesuai dengan visi misi sekolah dan adil sesuai dengan hak peserta didik. Dan yang terakhir tidak lupa selalu mengadakan evaluasi pada setiap program sekolah yang dengan melibatkan baik Yayasan, kelembagaan, komite serta mengundang para pakar atau ahli konsultan Pendidikan sesuai yang dibutuhkan berdasarkan kemajuan program sekolah yang sudah terlaksana.

3. Kontribusi strategi *public relation* dalam meningkatkan *brand image* SD Aisyiah Nganjuk pada masyarakat

Menumbuhkan kepercayaan *stakeholder* wali murid pada SD Aisyiyah Nganjuk. Dengan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan SD Aisyiyah seperti *student exchange* baik nasional maupun internasional memunyai daya tarik tersendiri pada masyarakat. Selain itu, banyak pihak-pihak eksternal yang tertarik untuk menjadi sponsorship. Serta menjawab kebutuhan *stakeholder* di masa medatang. Adanya kegiatan pertukaran pelajar dengan Negara tetangga, yakni Malaysia dan Singapura. Mendapat sponsor saat mengadakan even untuk sekolah maupun masyarakat. Sekolah SD Aisyiyah Nganjuk semakin dikenal oleh banyak kalangan, tidak hanya masyarakat Nganjuk. Nama baik sekolah terjaga, sehingga kepercayaan masyarakat pun tinggi. Dampaknya, sekolah kerap mendapat bantuan yang luar biasa dari *stakeholder* serta jumlah murid yang masuk selama pandemi tetap stabil bahkan *Indent*.

4. Faktor Kendala Strategi *Public Relation* dalam meningkatkan *Brand Image* di SD Aisyiyah Nganjuk

Kendala dalam meningkatkan brand image pada SD Aisyiyah hanya dirasakn pada saat pandemi covid, karena tidak bisa berkomunikasi secara langsung dengan walimurid, dan juga banyak kegiatan-kegiatan siswa yang tidak berjalan dengan baik, terlepas dari itu SD Aisyiyah telah berhasil menjalankan public relation, dan SD Aisyiyah di kenal masyarakat dengan baik.

A. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini membahas tentang strategi *publik relation* dalam meningkatkan *brand image* SD Aisyiah Nganjuk pada masyarakat. Dimana pentingnya kesuksesan sekolah dalam meningkatkan, mempertahankan dan memajukan image pada masyarakat sangatlah diperluakan starategi public relation, baik melalui kegiatan internal sekolah ataupun eksternak sekolah terlebih keikut sertaan semua pihak baik Yayasan, kelembagaan, pakar dan ahli terlebih-lebih keikut sertaan *stakeholder* atau masyarakat sekitar.

2. Implikasi Praktis

- a. Keberhasilan strategi *publik relation* dalam meningkatkan *brand image* sebuah sekolah akan tercapai secara maksimal apabila sebuah lembaga mampu memperdayakan semua potensi baik material dan sumber daya manusianya serta mampu membangun komunikasi yang baik di dalam lembaga ataupun instansi lain serta masyarakat luas dalam hal ini *stakeholder*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memotivasi semua lembaga sekolah baik swasta ataupun negeri untuk semangat dan mampu berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan brand image sebuah lembaga untuk tetap dapat bersaing memajukan sebuah lembaga Pendidikan.

B. Saran

1. Bagi Kepala Sekolah baik yang akan mengembangkan, memajukan serta mempertahankan brand image sebuah sekolah, dapat menggunakan strategi public relation baik melalui berbagai kegiatan internal dan eksternal sekolah yang bervariasi dengan memaksimalkan menjalin komunikasi serta mengikut sertakan peran aktif *stakeholder* baik masyarakat, instansi serta orang tua dalam semua program dan kegiatan tersebut.
2. Bagi guru dapat dijadikan bahan informasi untuk meningkatkan kompetensinya dalam hal semangat untuk melaksanakan berbagai kegiatan atau program sekolah dengan menggunakan strategi *public relation* yang bervariasi untuk meningkatkan *brand image* sebuah sekolah.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat bermanfaat untuk menambah kanzhanah keilmuan serta mampu manambah penemuan baru tentang strategi *public relation* dalam meningkatkan *brand image* SD Aisyiah Nganjuk pada masyarakat.

4. Bagi IAIN Kediri perlu meberikan bekal khususnya kepada jurusan Managemen Pendidikan Islam terutama strategi *public relation* dalam meningkatkan *brand image* sekolah.