



## ABSTRAK

### STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DASAR QURROTA A'YUN YOGYAKARTA SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM UNGGUL

Hammam Zharif Mubarak  
5211711296

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi hubungan masyarakat berfungsi dalam membangun dan meningkatkan citra SD Qurrota A'yun Yogyakarta sebagai lembaga pendidikan Islam yang bereputasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan model evaluasi hubungan masyarakat PII (Persiapan, Pelaksanaan, Dampak) yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala tim hubungan masyarakat, observasi, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa fase persiapan melibatkan perencanaan rinci, analisis latar belakang, penyesuaian konten pesan, dan penyampaian yang melibatkan publik internal dan eksternal. Dalam Pelaksanaan, pesan disampaikan melalui media sosial, grup WhatsApp, dan komunikasi tatap muka, dengan pemahaman publik dipantau secara berkala. Pada tahap Dampak, ditemukan bahwa strategi komunikasi mengubah pandangan, membina sikap positif, dan meningkatkan kepercayaan publik, ditandai dengan peningkatan jumlah pendaftar dan partisipasi aktif publik dalam kegiatan sekolah. Dengan demikian, strategi hubungan masyarakat di SD Qurrota A'yun secara efektif meningkatkan citra lembaga sebagai sekolah pendidikan Islam. Kata kunci: strategi hubungan masyarakat, citra sekolah, lembaga pendidikan Islam, model PII, hubungan masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Public Relations, Citra sekolah, Lembaga Pendidikan Islam, Model PII, Komunikasi Publik

## **ABSTRACT**

### ***PUBLIC RELATIONS STRATEGIES IN ENHANCING THE IMAGE OF QURROTA A'YUN YOGYAKARTA ELEMENTARY SCHOOL AS A LEADING ISLAMIC EDUCATIONAL INSTITUTION***

*Hammam Zharif Mubarok  
5211711296*

*This study aims to explore the public relations strategy in building and enhancing the image of SD Qurrota A'yun Yogyakarta as an excellent Islamic educational institution. This research employs a descriptive qualitative approach and utilizes the PII (Preparation, Implementation, Impact) public relations evaluation model developed by Cutlip, Center, and Broom. Data were collected through in-depth interviews with the head of the public relations team, observation, and documentation. The results reveal that the Preparation stage involved thorough planning, background analysis, message content alignment, and presentation quality involving both internal and external stakeholders. The Implementation stage showed that messages were delivered via social media, WhatsApp groups, and direct communication, with regular monitoring to ensure message reception and understanding. In the Impact stage, communication strategies were found to influence public opinion, shape positive attitudes, and increase public trust, as evidenced by the growing number of applicants and participation in school activities. Therefore, the public relations strategies implemented by SD Qurrota A'yun proved effective in enhancing the institution's image as a leading Islamic school.*

**Keywords:** *Public Relations Strategy, School Image, Islamic Education Institution, PII Models, Public Communication*