HASIL REDUKSI DATA PENELITIAN

Informan Awal
1. Kepala Sekolah
2. Wakil Kepala Sekolah/Public Relations

Informan Berkembang (Snowball Sampling)
1. Guru dan Tenaga Kependidikan
2. Komite/Wali Murid
3. Masyarakat sekitar sekolah

Reduksi Data Tentang Strategi Public Relations

Informan	Hasil Wawancara	Reduksi Data
Kepala Sekolah	Strategi public relations dilakukan melalui media sosial, publikasi kegiatan, hubungan dengan wali murid, dan kegiatan masyarakat.	Strategi public relations dilakukan secara terencana melalui media digital dan hubungan masyarakat.
Tim Public Relations/Humas	Sekolah aktif membuat konten digital, dokumentasi kegiatan, dan publikasi prestasi siswa.	Publikasi digital menjadi sarana utama membangun citra sekolah.
Guru	Kegiatan sekolah selalu didokumentasikan dan diarahkan untuk membangun karakter Islami siswa.	Storytelling kegiatan sekolah memperkuat branding sekolah Islami.
Wali Murid	Komunikasi sekolah sangat cepat melalui WhatsApp dan pelayanan sekolah baik.	Parent relations meningkatkan kepercayaan wali murid terhadap sekolah.
Tokoh Masyarakat	Sekolah sering melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosial dan keagamaan.	Community relations memperkuat hubungan harmonis dengan masyarakat.
Masyarakat Sekitar	Sekolah dikenal disiplin, religius, dan memiliki lingkungan yang baik.	Image sekolah terbentuk melalui budaya religius dan pelayanan yang baik.

Fokus Penelitian	Hasil Wawancara	Reduksi Data
Media Relations	Kepala sekolah menyampaikan bahwa sekolah aktif mengirim berita kegiatan dan prestasi siswa ke media lokal serta portal berita pendidikan.	Sekolah memanfaatkan media lokal untuk meningkatkan publikasi dan citra positif sekolah.
Publikasi dan Konten Digital	Tim humas menjelaskan bahwa media sosial sekolah digunakan untuk publikasi kegiatan, prestasi, dan program unggulan secara rutin.	Media sosial menjadi sarana utama publikasi dan komunikasi sekolah dengan masyarakat.
Event Management	Guru menyatakan sekolah rutin melaksanakan open house, wisuda tahfidz, PHBI, lomba, dan bakti sosial.	Kegiatan sekolah menjadi strategi membangun image sekolah Islami dan aktif.
Parent Relations	Wali murid menjelaskan komunikasi sekolah melalui grup WhatsApp berjalan cepat dan terbuka.	Komunikasi dua arah meningkatkan kepercayaan wali murid terhadap sekolah.
Community Relations	Masyarakat sekitar menyampaikan sekolah sering melibatkan warga dalam kegiatan sosial dan keagamaan.	Hubungan harmonis dengan masyarakat memperkuat citra positif sekolah.
Kredibilitas dan Kepercayaan Publik	Wali murid percaya sekolah mampu membina karakter Islami siswa dengan baik.	Kepercayaan masyarakat terbentuk melalui kualitas layanan dan pembinaan karakter.
Branding Sekolah Islami	Guru menjelaskan budaya religius diterapkan melalui tahfidz, sholat berjamaah, dan pembiasaan adab Islami.	Branding sekolah Islami dibangun melalui budaya religius sehari-hari.
Reputasi Akademik dan Non	Guru dan siswa menyebut sekolah	Prestasi sekolah meningkatkan

Akademik	memiliki banyak prestasi akademik dan non akademik.	reputasi lembaga di masyarakat.
Pelayanan Sekolah	Orang tua menyampaikan pelayanan administrasi dan informasi sekolah cepat serta ramah.	Pelayanan prima meningkatkan kepuasan dan loyalitas wali murid.
Lingkungan Sekolah Profesional	Masyarakat menilai sekolah bersih, tertib, disiplin, dan fasilitasnya lengkap.	Lingkungan profesional memperkuat image sekolah sebagai lembaga bermutu.

Reduksi Data Variabel Strategi Public Relations

Fokus Penelitian	Hasil Wawancara	Hasil Reduksi Data
Media Relations	Sekolah aktif mengirimkan berita kegiatan ke media lokal dan portal pendidikan	Media relations dilakukan melalui publikasi kegiatan dan prestasi sekolah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat
Publikasi dan Konten Digital	Sekolah menggunakan Instagram, Facebook, Youtube, dan website sekolah	Media digital menjadi sarana utama publikasi dan branding sekolah
Event Management	Sekolah melaksanakan PHBI, wisuda tahfidz, open house, dan bakti sosial	Event sekolah menjadi strategi membangun citra religius dan profesional
Parent Relations	Komunikasi dilakukan melalui WhatsApp grup dan konsultasi wali murid	Hubungan sekolah dan orang tua berjalan intensif dan terbuka
Community Relations	Sekolah melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosial dan keagamaan	Hubungan harmonis dengan masyarakat memperkuat image sekolah

Reduksi Data Variabel Image Building

Fokus Penelitian	Hasil Wawancara	Hasil Reduksi Data
Kredibilitas dan Kepercayaan Publik	Orang tua percaya pada pembinaan karakter Islami sekolah	Kepercayaan publik terbentuk melalui kualitas layanan dan komunikasi
Branding Sekolah Islami	Sekolah membiasakan tahfidz, sholat berjamaah, dan adab Islami	Branding Islami dibangun melalui budaya religius sekolah
Reputasi Akademik dan Non Akademik	Sekolah memiliki prestasi akademik dan non akademik	Prestasi siswa meningkatkan reputasi sekolah
Pelayanan Sekolah	Guru dan staf melayani dengan ramah dan cepat	Pelayanan prima mendukung citra positif sekolah
Lingkungan Sekolah Profesional	Lingkungan sekolah bersih, tertib, dan fasilitas lengkap	Lingkungan profesional memperkuat image sekolah

Reduksi Hasil Observasi

No	Fokus Observasi	Hasil Pengamatan
1	Media Relations	Peneliti mengamati sekolah aktif mempublikasikan kegiatan melalui media sosial dan media lokal. Dokumentasi kegiatan sekolah terlihat terstruktur dan informatif.
2	Publikasi dan Konten Digital	Media sosial sekolah memuat informasi kegiatan, prestasi siswa, dan program unggulan secara rutin. Konten yang ditampilkan menarik dan bernuansa Islami.
3	Event Management	Sekolah melaksanakan kegiatan seperti PHBI, wisuda tahfidz, lomba akademik, dan bakti sosial yang melibatkan siswa, guru, dan masyarakat.
4	Parent Relations	Komunikasi sekolah dengan wali murid berjalan aktif melalui grup WhatsApp dan pertemuan wali murid. Orang tua terlihat mudah memperoleh informasi sekolah.
5	Community Relations	Sekolah menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar melalui kegiatan sosial dan kerja sama dengan lembaga keagamaan.
6	Kredibilitas dan Kepercayaan Publik	Masyarakat menunjukkan kepercayaan terhadap sekolah terlihat dari respon positif wali murid dan tingginya minat masyarakat terhadap sekolah.

7	Branding Sekolah Islami	Budaya religius terlihat dari pembiasaan sholat berjamaah, tahfidz, salam, dan sikap sopan santun siswa kepada guru maupun masyarakat.
8	Reputasi Akademik dan Non Akademik	Sekolah memiliki berbagai prestasi akademik dan non akademik yang dipublikasikan melalui banner, media sosial, dan papan prestasi.
9	Pelayanan Sekolah	Guru dan staf sekolah memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif kepada siswa maupun wali murid.
10	Lingkungan Sekolah Profesional	Lingkungan sekolah terlihat bersih, tertata rapi, fasilitas lengkap, dan suasana sekolah kondusif untuk kegiatan belajar.

Reduksi Hasil Analisis Dokumen

Fokus Penelitian	Hasil Analisis Dokumen	Reduksi Data
Media Relations	Terdapat dokumentasi publikasi kegiatan sekolah pada media lokal dan portal berita pendidikan.	Sekolah aktif membangun hubungan media untuk publikasi sekolah.
Publikasi dan Konten Digital	Media sosial sekolah memuat konten kegiatan, prestasi siswa, dan program unggulan secara rutin.	Media digital dimanfaatkan sebagai strategi branding sekolah.
Event Management	Jadwal kegiatan menunjukkan sekolah rutin melaksanakan PHBI, wisuda tahfidz, lomba, dan kegiatan sosial.	Event sekolah digunakan untuk membangun image positif lembaga.
Parent Relations	Grup WhatsApp digunakan untuk penyampaian informasi dan komunikasi dengan wali murid.	Komunikasi sekolah dan orang tua berjalan aktif dan terbuka.
Community Relations	Terdapat dokumentasi kerja sama sekolah dengan PCM, Lazismu, dan masyarakat sekitar.	Sekolah menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat dan lembaga sosial.
Kredibilitas dan Kepercayaan Publik	Brosur, banner, dan publikasi prestasi menunjukkan upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat.	Kredibilitas sekolah dibangun melalui transparansi dan publikasi prestasi.
Branding Sekolah Islami	Dokumen budaya sekolah menunjukkan adanya program tahfidz, sholat berjamaah, dan pembiasaan adab Islami.	Branding sekolah Islami dibangun melalui budaya religius.
Reputasi Akademik dan Non Akademik	Terdapat data prestasi akademik dan non akademik siswa tingkat kecamatan hingga nasional.	Prestasi sekolah memperkuat reputasi lembaga pendidikan Islam.
Pelayanan Sekolah	Dokumen layanan administrasi dan komunikasi menunjukkan pelayanan sekolah berjalan cepat dan informatif.	Pelayanan sekolah mendukung terbentuknya citra positif lembaga.
Lingkungan Sekolah Profesional	Dokumentasi fasilitas sekolah menunjukkan lingkungan bersih, tertata, dan sarana prasarana memadai.	Lingkungan profesional memperkuat image sekolah yang berkualitas.