

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) terhadap Keunggulan Kompetitif dan *School Branding* di MIN 1 Kuningan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen Humas di MIN 1 Kuningan telah dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang sistematis. Fokus utama humas terletak pada komunikasi prestasi siswa, penggunaan media sosial secara profesional, dan pembangunan kepercayaan dengan wali murid.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara manajemen humas terhadap terciptanya keunggulan kompetitif. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat (reputasi) dan kredibilitas guru yang diakui publik, yang menjadi nilai tawar unik madrasah dibanding institusi lain.
3. Manajemen humas berperan krusial dalam membentuk *School Branding*. Melalui pengelolaan identitas visual dan konten digital yang konsisten, MIN 1 Kuningan berhasil membangun citra sebagai institusi pendidikan Islam yang modern namun tetap menjaga nilai-nilai religius.
4. Secara kolektif, manajemen humas yang efektif memberikan dampak linier terhadap penguatan identitas sekolah. Keterlibatan pimpinan sebagai *role model* dan penggunaan media digital menjadi faktor kunci dalam menjaga konsistensi janji layanan pendidikan kepada masyarakat.
5. Temuan deskriptif mengenai efektivitas praktik humas di atas tidak hanya sekadar observasi kualitatif, melainkan tervalidasi secara kuat melalui hasil uji statistik kuantitatif. Terdapat korelasi yang linier dan meyakinkan dengan dibuktikan oleh peningkatan kualitas manajemen humas secara diikuti oleh penguatan keunggulan kompetitif dan daya tarik *branding* sekolah di mata publik.

Tabel 5.1 Temuan Data Statistik

| Koefisien Korelasi (R) | Koefisien Determinasi (R ²) | Signifikansi (p-value) | Keterangan |
|---|---|------------------------|------------|
| Manajemen Humas (X) → Keunggulan Kompetitif Y ₁ | | | |
| 0,737 | 54,3% | 0,000 | Tinggi |
| Manajemen Humas (X) → <i>School Branding</i> (Y ₂) | | | |
| 0,765 | 58,5% | 0,000 | Tinggi |
| Keunggulan Kompetitif Y ₁ → <i>School Branding</i> (Y ₂) | | | |
| 0,699 | 48,6% | 0,000 | Rendah |
| Kontribusi Simultan (X, Y ₁ , Y ₂) | | | |
| 0,791 | 62,5% | 0,000 | Tinggi |

Sumber: Ouput data primer diolah peneliti

Data di atas menegaskan bahwa manajemen humas merupakan variabel determinan yang menyumbang kontribusi sebesar 62,5% terhadap *school branding* madrasah. Hal ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang terencana mampu mengubah persepsi publik menjadi sebuah keunggulan kompetitif yang nyata bagi MIN 1 Kuningan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen humas dan *school branding* berperan penting dalam membangun keunggulan kompetitif MIN 1 Kuningan. Diperlukan upaya berkelanjutan dari seluruh pihak untuk menjaga konsistensi layanan dan citra positif madrasah.

1. Bagi Kepala MIN1 Kuningan

- a. Diharapkan terus mempertahankan kepemimpinan yang visioner dan religius karena terbukti menjadi jaminan kualitas utama bagi wali murid.
- b. Perlu adanya pengawasan lebih ketat terhadap konsistensi “janji” layanan yang disampaikan saat pendaftaran agar tidak terjadi kesenjangan antara ekspektasi wali murid dengan kenyataan di lapangan.

2. Bagi Staf Humas dan Tenaga Kependidikan
 - a. Meningkatkan keramahan dan kualitas layanan administrasi. Berdasarkan data, aspek pelayanan staf masih perlu ditingkatkan agar selaras dengan citra profesional yang dibangun di media sosial.
 - b. Mengoptimalkan pengelolaan konten digital (Instagram/Website) tidak hanya untuk prestasi, tetapi juga untuk edukasi interaktif bagi orang tua siswa.
3. Bagi Guru
 - a. Diharapkan terus meningkatkan kompetensi dan prestasi individu karena reputasi guru merupakan pilar utama dalam membangun kredibilitas kolektif madrasah.
 - b. Menjadi teladan (*role model*) yang konsisten dalam perilaku *akhlakul karimah*, karena lingkungan sekolah merupakan faktor penentu persepsi wali murid terhadap keberhasilan pendidikan karakter.
4. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan model dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti kepuasan wali murid atau budaya organisasi, guna menjelaskan mekanisme pengaruh manajemen humas dan *school branding* terhadap keunggulan kompetitif secara lebih mendalam.
 - b. Disarankan memperluas objek penelitian pada berbagai karakteristik madrasah agar temuan memiliki daya banding dan generalisasi yang lebih kuat.