

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa upaya *Marketing Public relations* Yayasan As-Shofa dalam mempertahankan *image* SMA Islam As-Shofa menggunakan beberapa indikator yaitu publikasi, *event*, news, kegiatan sosial dan media identitas.

Publikasi merupakan cara untuk menyebar informasi kepada publiknya. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi publiknya agar tidak terjadi kesenjangan informasi sehingga tercipta pemahaman yang positif kepada SMA Islam As-Shofa di benak publik. Berbagai macam kegiatan publikasi telah dilakukan oleh Yayasan As-Shofa yaitu menggunakan majalah, baliho, sosial media, website, spanduk dan brosur.

Indikator selanjutnya adalah *event*. *Event* yang dilakukan oleh Yayasan As-Shofa sejalan dengan program ekstrakurikuler, keagamaan dan akademik. *Event* yang diadakan oleh Yayasan As-Shofa melibatkan siswa SMA Islam As-Shofa, wali murid dan juga menjalin kerjasama yang baik dengan pihak luar.

Indikator selanjutnya adalah news. Dalam melakukan pemberitaan ke media massa Yayasan As-Shofa telah bekerja sama dengan Riau Pos. Frekuensi pemberitaan yang dilakukan Yayasan As-Shofa di Riau Pos sebanyak 4x dalam sebulan. Pemberitaan yang dilakukan di Riau Pos mengenai kegiatan, prestasi, dan *event*.

Indikator selanjutnya adalah kegiatan sosial. Berbagai macam kegiatan sosial dilakukan oleh Yayasan As-Shofa mulai dari donor darah, sunatan massal, berbagi ke anak yatim, dan pembagian hewan kurban.

Dan indikator yang terakhir adalah media identitas. Media identitas merupakan salah satu pembentuk citra SMA Islam As-Shofa. Dengan adanya identitas SMA Islam As-Shofa akan mudah dikenali oleh publik. Adapun media identitas yang dimiliki oleh SMA Islam As-Shofa yaitu seragam dan logo. Seragam khas As-Shofa untuk muridnya yaitu baju kotak-kotak hijau plus crem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipakai pada hari Selasa. Sedangkan baju khas As-Shofa untuk karyawan dan guru yaitu baju batik biru plus kuning dipakai pada hari Kamis. Dalam mempopulerkan logo SMA Islam As-Shofa meletakkan logo dalam setiap publikasi, kop surat dan juga di seragam.

Secara keseluruhan upaya *Marketing Public relations* yang dilakukan oleh Yayasan As-Shofa dalam mempertahankan *image* SMA Islam As-Shofa sudah sesuai dengan teori, namun masih ada beberapa yang harus digunakan secara maksimal.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap upaya *Marketing Public relations* Yayasan As-Shofa dalam memperahankan *image* SMA Islam As-Shofa, berikut saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini.

1. Untuk Yayasan As-Shofa
 - a. Agar Yayasan As-Shofa lebih berinovasi dalam mempopulerkan logo SMA Islam As-Shofa.
 - b. Agar Yayasan As-Shofa lebih aktif lagi dalam membangun hubungan dengan media, baik cetak maupun elektronik. Karena dengan semakin banyaknya berita positif tentang SMA Islam As-Shofa yang dimuat di media massa maka semakin baguslah *image* SMA Islam As-Shofa.
 - c. Agar Yayasan As-Shofa mencantumkan sosial media yang resmi milik Yayasan As-Shofa dan SMA Islam As-Shofa untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
 - d. Dalam melakukan kegiatan sosial yang dilakukan oleh Yayasan As-Shofa bisa membuat masyarakat berdaya sehingga kegiatan sosial yang diadakan mampu menjadi solusi bagi permasalahan masyarakat.