

**STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM IAIN CURUP**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Dakwah



OLEH:

SELI ANGGRAINI

NIM : 17521027

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP**

2021

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara SELI ANGGRAINI mahasiswa IAIN Curup yang berjudul: *"Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup"*. Sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Curup, Mei 2021

Pembimbing I


Dr. Hariya Toni, S.Sos.L., MA
NIP: 198205102009121003

Pembimbing II



Dita Verolyna M.I.Kom
NIP: 198512162019032004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : *249* /In.34/FU/PP.00.9/8/2021

Nama : Seli Angraini
NIM : 17521027
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Strategi Promosi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Juli 2021
Pukul : 11.00 s/d 12:00 WIB
Tempat : gedung ujian skripsi FUAD (Via Zoom)

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Dakwah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

[Signature]
Dr. Hariya Toni, S.Sos., MA
NIP. 19820510 200912 1 003

[Signature]
Dita Verolvna, M.I.Kom
NIP. 19851216 201903 2 004

Penguji I,

Penguji II,

[Signature]
Anrial, MA
NIDN. 16080216

[Signature]
Savri Yansah, M.Ag
NIP. 1990100 8201908 1 001

Mengetahui,
Dekan



[Signature]
Dr. Jdi Warsah, M. Pd. I
NIP. 19750415 200501 1 009

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : SELI ANGGRAINI

Nomor Induk Mahasiswa : 17521027

Jurusan : Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Progam Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sangsi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Agustus 2021



SELI ANGGRAINI

NIM.17521027

MOTTO

**Musuh Yang Paling Berbahaya Adalah Rasa Takut Dan
Bimbang, Teman Yang Paling Setia Adalah Keberanian
Dan Keyakinan Yang Teguh.**

(Adrew Jackson)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas kemudahan yang berikan oleh Allah SWT serta semua bantuan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang hebat yang telah berperan penting.

1. Teristimewa kepada ayahanda terhebat (Hainun Azhari) dan ibunda tercinta (Rita) yang telah memberikan dukungan yang bersifat materi dan non materi, serta selalu mendoakan langkah saya menuju kesuksesan, terimakasih sudah menjadi penguat saya hingga saat ini.
2. Untuk adikku Ahmad Agusrin yang selalu menjadi penguat disaat lelah, yang selalu memberikan motivasi sehingga bisa melangkah sejauh ini.
3. Untuk seluruh keluarga besar ayah dan ibu yang selalu memberikan nasihat dan motivasi kepada saya agar menjadi orang yang tangguh dan sukses.
4. Untuk sahabat seperjuangan Anggun Purnamasari dan Rini widiarti yang selalu saling menguatkan dalam keadaan apapun.
5. Untuk teman-teman seperjuangan Ainun Jariah, Tri Hardianti, zulkipli, deri, aziz, yang selalu semangat berjuang dan saling menguatkan.
6. Untuk sahabatku Zulpian Anggara yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta sering membantu dalam berbagai kesulitan.

7. Untuk Bank Indonesia dan komunitas Generasi baru Indonesia yang telah memberikan beasiswa serta menjadi wadah belajar sehingga bisa meringkankan biaya kuliah dan mencukupi kebutuhan perkuliahan yang lain.
8. Untuk teman-teman HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) Cabang Curup yang menjadi wadah dalam pengembangan diri serta menjadi motivasi untuk selalu berani dan bersemangat dalam berbagai hal.
9. Untuk rekan-rekan Crew Radio Pesona 94,1 Fm yang telah menjadi wadah belajar saya hingga saat ini, terimakasih telah menjadi rekan terhebat, mbak Ririn, mbak Mega, mbak Wilda, mbak Angel, mbak Puput, kak Bima, Irlandika, Rini, Yusuf dan Cindy.
10. Untuk para dosen program studi KPI yang hebat yang sudah membimbing saya sehingga mampu sampai ditahap ini.
11. Untuk teman-teman KPI khususnya angkatan tahun 2017 lokal A dan B yang selalu menjadi rekan-rekan yang hebat dan memotivasi.

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM IAIN CURUP

Oleh

Seli Anggraini (17521027)

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat membuat semua aspek kegiatan mejadi lebih mudah dan gampang salah satunya kegiatan promosi. Semua lembaga pendidikan semakain gencar menyusun strategi dalam melaksanakan kegiatan promosi agar tercapainya suatu tujuan yaitu menambah jumlah mahasiswa. Penelitian ini berjudul “strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup” penelitian ini bertujuan untuk mengemukakan strategi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup dalam melaksanakan kegiatan promosi sehingga jumlah mahasiswanya semakin meningkat dalam kurun waku lima tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitataif, metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dilihat bahwa strategi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup adalah sosialisasi langsung kesekolah, melalui pamflet dan brosur, bekerja sama dengan lembaga terkait, dan melalui media sosial. Sedangkan dalam teknik strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup menggunakan teknik redundancy, teknik informatif, dan teknik persuasif.

Kata kunci: *Strategi, Promosi, Komunikasi*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup”** Sholawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang telah membawa akhlak dan ilmu pengetahuan bagi seluruh umat sehingga keluar dari zaman jahiliyah ke zaman ma’rifatiah ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis yang disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bantuan, motivasi, dan bimbingan dari segala pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag, M.Pd selaku Rektor IAIN Curup

2. Bapak Dr. H. Beni Azwar, M.Pd, Kons selaku wakil Rektor I
3. Bapak Dr. H. Hamengkubuwono, M.Pd selaku wakil Rektor II
4. Bapak Dr. H. Kusen, S.Ag, M.Pd selaku wakil Rektor III
5. Bapak Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dakwah IAIN Curup
6. Bapak Dr. Hariya Toni, S.sos.I,MA selaku wakil dekan I dan pembimbing I sekaligus pembimbing akademik
7. Bapak H. Nelson, S.Ag, M.Pd.I selaku wakil dekan II
8. Bapak Savri Yansah, M.Ag selaku Ketua Prodi KPI IAIN Curup dan penguji II
9. Bapak Anrial, MA selaku sekretaris Prodi KPI dan penguji I
10. Ibu Dita Verolyna M.I.Kom selaku Pembimbing II
11. Seluruh dosen dan karyawan IAIN Curup

Curup, Agustus 2021

Penulis

SELI ANGGRAINI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	7

C. BATASAN MASALAH	7
D. TUJUAN	7
E. MANFAAT PENELITIAN.....	8
F. PENELITIAN TERDAHULU	9
G. SISTEMATIKA PENULISAN.....	9

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Strategi	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Tahapan Strategi	16
3. Pengertian Komunikasi	18
4. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	19
B. Tinjauan Promosi.....	22
1. Pengertian Promosi.....	22
2. Fungsi Promosi	23
3. Tujuan Promosi	24
4. Jenis Media Promosi.....	25
5. Bauran Promosi	25
C. Tinjauan Tentang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	
1. Sejarah IAIN Curup.....	27
2. Kondisi Geografis.....	30
3. Daftar Ketua / Rektor IAIN Curup.....	30

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Subjek Penelitian.....	37
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Teknik Observasi	40
2. Teknik Wawancara	41
3. Teknik Dokumentasi	42
F. Teknik Analisis Data.....	43

1. <i>Data reduction</i> (reduksi data).....	43
2. <i>Data display</i> (penyajian data).....	44
3. <i>Conclusion Drawing</i> (verifikasi).....	44

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Wilayah Setting Penelitian.....	46
B. Profil Informan.....	51
C. Temuan Penelitian.....	52
D. Pembahasan Penelitian.....	59

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Prodi KPI.....	6
Tabel 2.1 Jenis Media Promosi	24
Tabel 2.2 Daftar Nama Dekan	31
Tabel 2.3 Daftar Nama Ketua STAIN.....	31
Tabel 2.4 Daftar Nama Rektor IAIN Curup	32
Tabel 4.1 Daftar Nama Dosen Prodi KPI.....	51
Tabel 4.2 Nama-Nama Informan Kunci.....	54
Tabel 4.3 Nama-Nama Informan Pendukung	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin berkembang pesat di zaman moderen ini semua aspekpun mulai berubah kearah yang lebih mudah dan gampang. Setiap kegiatanpun mulai disebarluaskan melalui media sehingga dengan cepat dapat diterima oleh khalayak ramai. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut maka semua aspekpun mulai gencar dalam melakukan aktivitas promosi untuk meningkatkan peminatnya. Untuk mendukung kegiatan tersebut maka dibutuhkanlah suatu strategi komunikasi yang baik dan kegiatan promosi yang menarik agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Strategi komunikasi adalah aturan ataupun panduan dari sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam Pratiknya. Sedangkan menurut Effendi Uchjana komunikasi merupakan sebuah proses dari penyampaian pesan oleh satu orang kepada orang lain dengan tujuan menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, ataupun perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung (media). Oleh karena itu strategi yang telah ditetapkan meliputi

metode, teknik, dan tata fungsional antara unsur-unsur dan juga faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran. Untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut maka dibutuhkanlah kegiatan promosi.¹

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk juga dalam dunia pendidikan seperti saat ini, ditengah pesatnya pendidikan di era kecanggihan teknologi ini pendidikan menjadi hal yang penting dan wajib bagi manusia, diharapkan dengan adanya pendidikan orang-orang dapat menciptakan ide-ide baru, serta memberikan kontribusi baru bagi dunia pendidikan.

Promosi adalah bagian kegiatan dan proses dari strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar.² Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia promosi adalah pengenalan sebagai upaya memajukan suatu usaha. Promosi ini merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar, jadi promosi adalah upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau juga untuk memperbaiki kualitas dari sebuah produk.³

Promosi merupakan kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka memberikan informasi, mendorong permintaan terhadap produk, jasa, ide dari suatu perusahaan agar mau membeli atau menggunakan

¹ Humaidi, *Teori komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang:UMM Press), hal 6

² Jurnal al-kitabah, *strategi promosi yang efektif* vol. II, No 1, desember 2015

³ Sustina, *perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal 299

produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya aktivitas promosi ini sebagai salah satu strategi dalam komunikasi diharapkan mampu memperkenalkan dan juga menarik minat masyarakat dengan sarana dan prasarana yang akan ditawarkan.⁴

Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari manusia apalagi di zaman yang modern dan canggih seperti saat ini, tidak terkecuali pada dunia pendidikan. Pendidikan adalah suatu usaha yang sadar yang dilakukan oleh seorang pendidik dan peserta didik melalui kegiatan bimbingan atau latihan bagi peranannya dimasa yang akan datang, dalam pendidikan erat kaitannya dengan pendidik dan peserta didik sehingga terjadilah suatu proses pembelajaran.

Dengan meningkatnya kesadaran dalam masyarakat akan begitu pentingnya pendidikan bagi kehidupan berbanding lurus dengan pertumbuhan dan juga perkembangan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Sejalan dengan pertumbuhan berbagai jenjang pendidikan di Negara ini, maka muncullah persaingan antara setiap perguruan tinggi dalam menarik minat siswa untuk melanjutkan studi mereka di perguruan tinggi mereka. Setiap kampus memiliki strategi promosi yang berbeda-beda dalam menarik minat para siswa agar tertarik untuk melanjutkan pendidikan di kampus mereka.

Begitu juga dengan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Provinsi Bengkulu Kabupaten Rejang Lebong Kecamatan Curup Utara

⁴ William J Stanton, *prinsip pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001)

yang penduduk aslinya terdiri dari berbagai suku, secara topografi, Kabupaten Rejang Lebong merupakan daerah yang berbukit-bukit, terletak pada dataran tinggi pegunungan bukit barisan. Walaupun didominasi oleh suku Rejang dan suku Jawa, penduduk di Rejang Lebong sangatlah majemuk baik dari segi kesukuan, ras maupun agama. Di Kabupaten Rejang Lebong terdapat beberapa kampus salah satunya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.⁵

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup adalah salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Kabupaten Rejang Lebong, perguruan tinggi ini mulanya bernama STAIN Curup, pada tahun 2013 pemerintah mengeluarkan sebuah peraturan PP No 53 tahun 2013 yang menyatakan bahwa STAIN beralih status menjadi IAIN. Sebelum menjadi perguruan tinggi, IAIN Curup awalnya hanya sebuah Fakultas Ushuluddin dan menjadi bagian dari IAIN Raden Fatah Palembang kemudian dengan beberapa pertimbangan, Fakultas tersebut akan berdiri sendiri sebagai perguruan tinggi. Tahun 1997 secara resmi Fakultas Ushuluddin menjadi STAIN Curup. IAIN Curup memiliki 3 fakultas yaitu salah satunya Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Secara historis program studi KPI IAIN Curup lahir melalui sejarah yang panjang.⁶

Sejak awal kehadiran Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup yang kini sudah beralih status menjadi Institut Agama

⁵ Wikipedia.com di akses pada tanggal 15 februari 2021 pukul 20.00 Wib

⁶ Jurnal Dakwah dan komunikasi STAIN Curup-Bengkulu vol 2 no 2017

Islam Negeri (IAIN) Curup, tepatnya pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) yang kurang mendapat perhatian dari masyarakat dibanding dengan Program Studi lain yang ada di IAIN Curup hal itu terbukti dari jumlah mahasiswa KPI yang sedikit dibandingkan dengan Program Studi lain yang ada di IAIN Curup salah satunya pada Fakultas Tarbiyah.

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam yang merupakan Program Studi tertua di IAIN Curup ini seharusnya mampu menarik siswa lebih banyak dan mengkomunikasikan tentang Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam kepada masyarakat khususnya kepada para siswa yang ingin melanjutkan pendidikan mereka. Jumlah mahasiswa KPI yang sedikit dan hanya terdiri dari dua lokalpun berbanding terbalik dengan keilmuan mereka yaitu salah satunya tentang komunikasi yang seharusnya mampu membawa lebih banyak mahasiswa dibanding Program Studi lainnya di IAIN Curup.

Pada tahun 2019 Program Studi komunikasi dan penyiaran islam (KPI) IAIN Curup mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari jumlah sebelumnya. Pihak Program Studi yang juga dibantu oleh mahasiswa mulai melakukan pergerakan-pergerakan baru, berbagai inovasi terbarupun dilakukan semaksimal mungkin dengan tujuan untuk memperkenalkan Program Studi KPI kepada para siswa yang akan melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi.

Program Studi KPI IAIN Curup dari tahun 2018 hingga 2019 yang mulai mengalami peningkatan jumlah mahasiswa ini tentu karena adanya ide kreatif dan inovatif dari pihak Program Studi dan juga mahasiswa yang gemar melaksanakan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah dengan tujuan memperkenalkann keunggulan Program Studi KPI IAIN Curup.

Adapun jumlah mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup 5 tahun terakhir adalah:

Tabel 1.1 jumlah mahasiswa Program Studi KPI dari tahun 2015-2020

Tahun akademik	Jumlah mahasiswa
2015	28 orang
2016	29 orang
2017	40 orang
2018	69 orang
2019	85 orang
2020	79 orang

Sumber : Data Arsip Prodi KPI IAIN Curup

Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa Program Studi KPI IAIN Curup dari tahun 2015 hingga tahun 2019 terus mengalami peningkatan yang signifikan, berdasarkan peningkatan tersebut tentu dalam pengembangannya pihak Program Studi KPI banyak melakukan inovasi-inovasi baru sehingga Program Studi KPI IAIN Curup mulai banyak diminati oleh siswa yang ingin melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Program Studi KPI IAIN Curup dalam meningkatkan minat siswa sehingga terjadi kenaikan jumlah mahasiswa pada Program Studi KPI IAIN Curup, sudah tentu bahwa perubahan tersebut terjadi karena berbagai faktor, namun disini peneliti hanya memfokuskan pada strategi promosi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam pada tahun akademik 2019. Maka judul penelitian yang akan diteliti adalah **“Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup ”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah Bagaimana Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup?

C. BATASAN MASALAH

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Langkah-langkah yang diterapkan dalam merumuskan strategi mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.
2. Teknik strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup mulai dari *redundancy*, informatif, persuasif dan edukatif.

D. TUJUAN

Setiap peneliti jelas memiliki tujuan yang didasarkan pada kepentingan serta motif-motif individual maupun kolektif. Tujuan

penelitian adalah supaya untuk mengungkapkan arah dan tujuan umum dari apa yang akan dicapai atau diharapkan dari sebuah penelitian, sehingga merupakan lanjutan dari rumusan masalah. Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup
2. Untuk mengetahui bagaimana Langkah-langkah yang diterapkan dalam merumuskan strategi mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi
3. Untuk mengetahui teknik strategi promosi program Studi Komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup mulai dari *redunfancy, informatif, persuasive dan edukatif.*

E. MANFAAT PENELITIAN

Dari hasil proses penelitian. Adapun manfaat yang dapat di ambil adalah:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan memperkaya penelitian komunikasi, penelitian ini nantinya dapat dijadikan sumbangan bagi keilmuan yang terkait dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya yang terkait dengan tentang strategi promosi. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai masukan terkait bagaimana strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

3. Secara Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangsi pengetahuan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

F. PENELITIAN TERDAHULU

Adapun penelitian terdahulu yang mengurai berbagai penelitian yang sudah ada, dan memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan, baik dari segi aspek isu, topik, variabel, dan kesamaan metodologi adalah sebagai berikut:

Pertama, dalam penelitian Iis Riza Umami “Strategi Promosi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2018/2019” Persamaan penelitian terletak pada strategi komunikasi promosi yang di lakukan oleh peneliti, sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada proses penerimaan mahasiswa baru, bukan pada promosi program studi KPI.⁷

⁷ Iis Riza Umami “*strategi promosi fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah riau dalam penerimaan mahasiswa baru tahun akademik 2018/2019*” Skripsi (UIN SUSKA RIAU)

Kedua, dalam penelitian yang di buat oleh Asmiati, Muh. Akbar, Iqbal Sultan dengan judul “Strategi Promosi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Mahasiswa Pasca Peralihan Dari Institut Menjadi Universitas” penelitian ini berfokus pada strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah calon mahasiswa pasca peralihan status.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti pemimpin. Lalu muncullah kata *strategos* yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art Of General*), atau suatu perencanaan terbaik untuk memenangkan peperangan.⁸

Strategi adalah sebuah bentuk pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan perencanaan, gagasan, ide, dan bentuk eksekusi sebuah kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi dapat dikatakan baik jika terdapat koordinasi tim ketika bekerja, memiliki suatu tema dalam mengidentifikasi faktor-faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efektif dan efisien dalam kegiatan pendanaan dan memiliki taktik/trik dalam mencapai suatu tujuan. Strategi juga berfungsi sebagai petunjuk arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi atau perusahaan untuk mencapai suatu tujuan.⁹

⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2013) hal 61

⁹ Fandi Tjiptono, *strategi pemasaran*, Cet ke II (Yogyakarta: Andi 2000) hal 17

Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam dalam mencapai suatu tujuan lembaga atau organisasi, keberhasilan suatu usaha bergantung pada kemampuan seorang pemimpin dalam mengarahkan anggotanya, dan merumuskan strategi akan digunakan untuk mencapai suatu tujuan atau target yang hendak dicapai.¹⁰

Menurut Alfred Chandler strategi adalah suatu bentuk penetapan sasaran dan arahan, tindakan, serta pemanfaatan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Buzzel dan Gale pengertian strategi yaitu kebijakan dan keputusan yang digunakan oleh manajemen yang memiliki dampak yang besar pada kinerja.¹¹

Menurut Anwar Ariffin untuk dapat membuat perencanaan strategi yang baik maka dibutuhkan langkah-langkah yang tepat dalam menyusun strategi komunikasi yaitu:

a. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak adalah langkah pertama yang harus dilakukan oleh para komunikator agar komunikasi dapat berjalan secara efektif. Untuk mencapai target dalam proses komunikasi maka seorang komunikator harus menciptakan kepentingan dengan komunikasi ataupun khalayak terutama dalam pesan yang ingin disampaikan, metode yang akan diterapkan dan media yang akan digunakan. Cara yang bisa dilakukan untuk mempersamakan

¹⁰ Philip Kotler, *marketing management*. (Jakarta: Pren Hallindo 1997) hal 8

¹¹ Agustinus Sri Wahyudi, *manajemen strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) hal 19

kepentingan tersebut yaitu komunikator harus memahami pola berfikir dan pengalaman lapangan khalayak dengan baik dan tepat.

Kegiatan mengenal khalayak ini meliputi:

- 1) Pengetahuan komunikator atau khalayak tentang suatu topik atau permasalahan yang sedang diperbincangkan.
- 2) Pengetahuan khalayak atau komunikator dalam menerima pesan/informasi lewat media yang digunakan
- 3) Pengetahuan khalayak terhadap ejaan bahasa terutama pembendaharaan kata yang digunakan
- 4) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta aturan, nilai-nilai dan norma dalam suatu kelompok yang berbeda
- 5) Pengaruh tempat tinggal khalayak atau suatu kelompok

b. Menyusun pesan

Menyusun pesan adalah langkah kedua yang harus dilakukan, menyusun pesan harus dapat menarik perhatian para khalayak. Pesan yang dimaksud dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi dengan membuat komponen pesan yang mampu membangkitkan perhatian khalayak.

Syarat-syarat yang harus diperhatikan dalam menyusun pesan adalah menentukan tema dan materi yang akan disampaikan. Menurut Scharman dalam bukunya Ariffin, syarat-syarat keberhasilan pesan meliputi:

- 1) Pesan harus dibuat dan dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat khalayak ataupun sasaran yang dituju
 - 2) Pesan harus dapat membangkitkan motivasi atau kebutuhan pribadi khalayak dan memberikan saran untuk memperoleh kebutuhan tersebut
 - 3) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan juga sasaran, sehingga mudah dipahami
 - 4) Pesan yang disampaikan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi atau kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan menuju jawaban yang dikehendaki
- c. Menentukan tujuan

Menurut Curtis dalam buku komunikasi profesional tujuan dari komunikasi meliputi:

- 1) Memberikan informasi kepada komunikan ataupun khalayak umum terkait dengan informasi yang mereka butuhkan
- 2) Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan dan wawasan seseorang maka semakin penting untuk meminta saran terkait pengambilan keputusan dalam menyelesaikan suatu permasalahan

- 3) Menolong orang lain, memberikan nasihat untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan
 - 4) Mengajak atau mempengaruhi khalayak untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator terkait suatu permasalahan
- d. Menetapkan metode dan media

Metode penyampaian dapat dilakukan dengan dua aspek yaitu:

1. Menetapkan cara pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk:

(a) Metode *redundancy*

Metode *redundancy* yaitu cara yang digunakan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang terus disampaikan ini dapat menarik perhatian dan juga khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan. Dalam metode ini komunikator dapat memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.

(b) Metode *canalizing*

Pada metode *canalizing* ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak.

2) Menurut bentuk isi, yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang ingin disampaikan. menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk:

(a) Metode *informatif*

Dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal sebagai salah satu bentuk pesan yang bersifat informati, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya serta fakta dan data yang benar.

(b) Metode *edukatif*

Metode edukatif diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan suatu kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan ini harus tersusun secara teratur dan berencana untuk mengubah perilaku atau sikap khalayak.

(c) Metode *persuasif*

yaitu suatu cara untuk mempengaruhi komunikan dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis, bahkan ingin mempengaruhi khalayak secara tidak sadar.¹²

¹² Anwar Arifin, "*strategi komunikasi suatu pengantar ringkas*, (Bandung: Armico 1984) hal 59

2. Langkah-langkah Strategi

Strategi yang baik tentu memiliki langkah-langkah atau tahapan-tahapan agar tujuan dapat tercapai dengan baik, diantaranya:

a. Perumusan atau perencanaan Strategi

Pada perumusan strategi terdapat beberapa hal yaitu:

a) Kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi

Kegiatan ini merupakan langkah pertama dalam perencanaan strategis, sedangkan misi yaitu pernyataan jangka panjang untuk mencapai tujuan.

b) Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi

Peluang dan ancaman eksternal seperti sosial, ekonomi, budaya, demografi, lingkungan, pemerintah, teknologi, dan persaingan ketat yang dapat menguntungkan sekaligus merugikan suatu organisasi.

b. Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi ini biasanya di sebut dengan tahap tindakan pada manajemen strategis, tahap ini dianggap paling sulit karena sangat memerlukan sikap disiplin, komitmen dan juga pengorbanan, karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin keberhasilan pelaksanaan strategi.¹³

Pada pelaksanaan strategi ini terdapat kegiatan rekunstruksi dan rekayasa ulang, penetapan tujuan tahunan,

¹³ Fred david, *manajemen strategis* (Jakarta: salemba empat, 2011)

menyusun rencana kompensasi dan insentif, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada dan mengembangkan budaya yang mendukung strategi.

c. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi merupakan tahapan paling akhir, terdapat tiga aktivitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi yaitu:

a) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal.

Merumuskan suatu strategi yang saat ini diterapkan, bermacam faktor eksternal sekaligus internal yang dapat menghambat organisasi atau lembaga dalam mencapai suatu tujuan.

b) Mengukur Kinerja

Diantaranya yaitu dengan membuat suatu perbandingan dari hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan juga mengkaji kemajuan yang mengarah pada pencapaian suatu tujuan.¹⁴

3. Pengertian komunikasi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau

¹⁴ Miftahudin, *perencanaan strategis*, (yogyakarta: pustaka belajar, 1999) hal 190

lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.¹⁵ Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu. Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu.¹⁶

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena setiap makhluk hidup tidak terlepas dari yang namanya komunikasi. Komunikasi menurut Eni Kardi Wiyati adalah suatu proses pertukaran atau proses penyampaian perasaan atau pikiran oleh seorang komunikator kepada seorang komunikan. Perasaan bisa dalam bentuk keyakinan, kepastian ataupun keraguan, kemarahan, hingga keberanian dalam diri seseorang, sedangkan pikiran bisa dalam bentuk ide, gagasan, informasi dan juga opini.¹⁷

Untuk mencapai tujuan dari komunikasi maka harus mengetahui tentang strategi komunikasi, teori komunikasi, unsur dan sifat-komunikasi agar dapat menentukan pilihan untuk menggunakan media yang sesuai dengan situasi dan keadaan tertentu agar tujuan komunikasi dapat tercapai. Dalam strategi komunikasi juga harus didukung oleh teori yang relevan yang dapat dihubungkan dengan pelaksanaan strategi komunikasi adalah teori komunikasi model

¹⁵ Tommy Suprpto, *pengantar ilmu komunikasi*, (Tangerang: Gramedia Pustaka 2006) hal 3

¹⁶ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti : 2003) hal 32

¹⁷ Heri Budianto, *ilmu komunikasi sekarang dan tantangan masa depan* (Jakarta: Kencana 2011) hal 384

Harold Laswell yang memaparkan komponen-komponen dalam proses komunikasi antara lain:¹⁸

- a). *who*: komunikator atau orang yang menyampaikan pesan
- b). *says what*: pesan ataupun pernyataan yang didukung oleh lambing
- c). *to whom*: komunikan ataupun orang yang menerima pesan
- d). *in which channe*: media atau sarana saluran yang mendukung pesan
- e). *with what effect*: efek atau dampak sebagai pengaruh dari pesan

4. Pengertian Komunikasi Persuasif

Kata persuasif berasal dari bahasa Inggris "*persuasion*" dan bahasa Latin "*persuasion*" yang berarti mengandung bujukan, rayuan, meyakinkan, mengajak dan lainnya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) persuasi berarti ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan atau bujukan secara halus.¹⁹ Pengertian persuasif secara umum adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mengubah tindakan ataupun sikap seseorang melalui pesan yang berfokus pada ciri khas atau karakteristik komunikator dan pendengar.²⁰

Sedangkan menurut pendapat Dedy Malik persuasi adalah suatu proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan suatu respon tertentu dari individu atau kelompok lain secara verbal ataupun non verbal dan dilakukan dengan

¹⁸ Dedy mulyana, *ilmu komunikasi: suatu pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hal 147

¹⁹ Ezi Hendri, M.SI, *Komunikasi Persuasif pendekatan dak strategi*, (Bogor: Remaja Rosdakarya, 2019) hal 52

²⁰ Pakarkomunikasi.com di akses pada 28 maret 2021 pukul 20.00 wib

cara yang halus sehingga komunikator mau melakukan sesuatu dengan senang hati. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh komunikator dalam menyampaikan rangsangan (dalam lambing verbal), dengan tujuan untuk mempengaruhi, mengubah sikap ataupun pandangan komunikator terhadap sesuatu dengan cara yang halus atau membujuk.²¹

Dalam buku *The Psychology Of Persuasion* (1997), Kevin Hogan mendefinisikan persuasi sebagai kemampuan memberikan pengenalan, keyakinan dan nilai pada diri orang lain dengan mempengaruhi pemikiran dan tindakan mereka melalui strategi yang spesifik.²² Melalui komunikasi persuasif inilah komunikator akan menuruti apa yang dikehendaki komunikatornya. Tindakan ini seolah-olah dikehendaki sendiri oleh komunikator, disinilah peran dari komunikasi persuasif tersebut akan terlihat jika komunikator mampu mewujudkan tujuan dari komunikasi. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, tindakan, sikap serta perilaku seseorang.

B. Tinjauan Tentang Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu upaya ataupun usaha untuk meningkatkan atau memajukan suatu bidang usaha. Promosi

²¹ Diglib.Uin-Suka.ac.id diakses pada 26 maret 2021 pukul 20.00 wib

²² Ibid hal 52

berasal dari promote dalam bahasa Inggris yang dapat diartikan dengan meningkatkan atau mengembangkan. Jika pengertian tersebut dihubungkan dengan suatu usaha berarti sebagai alat untuk meningkatkan jumlah.

Promosi merupakan kegiatan terpenting dan memiliki peran dalam memperkenalkan memberitahukan atau juga mengingatkan akan manfaat atau kelebihan sesuatu yang promosikan kepada konsumen agar tertarik untuk mengikuti apa yang di tawarkan tersebut. Untuk melaksanakan kegiatann promosi setiap lembaga harus bisa menentukan pilihan dengan tepat alat promosi apakah yang tepat digunakan sehingga bisa mencapai suatu tujuan promosi tersebut.²³

Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah bentuk dari komunikasi pemasaran, sedangkan yang di maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan khalayak. menurut Basu Swastha promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada suatu tindakan yang dapat menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut pendapat kotler promosi mencakup semua alat

²³Freddy Rangkuti, *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*, (Jakarta: anggota IKAPI, 2009) hal 49

bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peran utama sebagai komunikasi yang sifatnya membujuk.²⁴

Promosi menjadi suatu elemen penting dalam mencapai suatu tujuan atau target yang diinginkan, karena promosi berperan aktif dalam memberitahukan, menginformasikan, memperkenalkan dan mengingatkan kembali manfaat dari produk yang ditawarkan, hingga konsumen tertarik untuk mengikuti apa yang di promosikan tersebut.

2. Fungsi Promosi

a. *Informing*

Informing merupakan suatu kegiatan promosi yang berarti memberitahukan atau menginformasikan informasi yang lengkap kepada calon konsumen tentang suatu lembaga atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang disampaikan ini juga dapat berbentuk tulisan ataupun gambar yang di buat dengan menarik.

b. *Persuading*

Persuading adalah kegiatan promosi yang berarti membujuk atau mengajak calon konsumen agar mau mengikuti sesuatu yang ditawarkan, yang pasti pada kegiatan *persuading* ini hanya sebatas usaha untuk membujuk konsumen bukan memaksa, jadi hasil keputusan yang akan diambilpun mungkin keputusan yang negatif.

²⁴ Eprints.uny.ac.id diakses pada 25 maret 2021 pukul 19.00 Wib

c. Menambah nilai

Promosi yang efektif membuat merek dipandang lebih elegan, bergaya, bergengsi dan pasti lebih unggul dari pesaingnya. Terdapat tiga komponen yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk menambah nilai bagi penawaran-penawaran mereka, yaitu inovasi, penyempurnaan kualitas, ataupun mengubah persepsi konsumen.

d. Promosi sebagai alat untuk mencapai tujuan

Promosi bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk mencapai tujuan yaitu dengan menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan dari dua pihak dapat terpenuhi.²⁵

3. Tujuan Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan menambah pendapatan perusahaan. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, memperkenalkan dan mengingatkan tentang suatu jasa yang ditawarkan kepada khalayak mulai dari kegunaan, manfaat, keunggulan, harga dan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan tersebut.²⁶

4. Jenis Media Promosi

²⁵ Repository.unpas.ac.id diakses pada 26 maret 2021 pukul 19.00 Wib

²⁶ Fandy tjiptono, *strategi pemasaran*, (Yogyakarta : Andi 2008) hal 219

Media promosi adalah suatu sarana atau fasilitas yang digunakan oleh suatu badan usaha baik itu perorangan atau individu dan suatu lembaga untuk memperkenalkan suatu jasa kepada orang lain. Saat ini banyak sekali jenis media promosi yang dapat digunakan seperti media elektronik dan media online.

Tabel 2.1 tentang jenis media promosi serta kekurangan dan kelebihanannya

No	MEDIA	KELEBIHAN	KEKURANGAN
1.	Radio	Berpotensi membidik khalayak yang spesifik, bersifat instruktif, bersifat fleksibel dan sederhana	Hanya bersifat audio, sifat siaran tidak dapat ditarik ulang, rentan mengalami gangguan
2.	Koran/ surat kabar	Harga jual terjangkau, banyak informasi yang disuguhkan, mudah disimpan dan dibaca kembali, tidak butuh alat untuk menggunakan Koran, tempat mencari informasi tentang lowongan pekerjaan dan media untuk beriklan	Berita yang disajikan sedikit terlambat, hanya menyuguhkan foto dan tulisan saja, biaya cetak dan distribusi cukup mahal dan jangkauan pembaca terbatas.
3.	Majalah	Informasi yang dikemas lebih menarik dan mendalam, dapat dinikmati dalam jangka waktu yang panjang dan pembacanya lebih selektif	Harga yang relative tinggi, pendistribusian yang tidak merata, rendahnya fleksibilitas dan bahan yang mudah rusak
4.	Media sosial	Lebih cepat mendapatkan informasi, menambah ilmu pengetahuan, bisa menjalin silaturahmi tanpa harus bertatap muka, dan bisa mendapatkan banyak teman	Sering disalah gunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk melakukan tindakan kriminal, dan rawan penipuan

		dari mana saja	
--	--	----------------	--

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat disimpulkan beberapa jenis media yang bisa digunakan dalam kegiatan promosi yang tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, dan tentu dapat disesuaikan penggunaannya berdasarkan kebutuhan dan kondisi tertentu.

5. Bauran Promosi

Bauran promosi adalah suatu alat yang digunakan oleh lembaga untuk berkomunikasi dengan khalayak ramai. Sedangkan pengertian bauran menurut Amstrong dan Kotler, bauran promosi adalah sebuah perpaduan yang spesifik iklan, hubungan masyarakat, pengenalan pribadi, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan sebagai sarana untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen, perpaduan dari semua alat promosi yang dilakukan untuk mencapai tujuan yaitu agar konsumen tertarik kepada jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Amstrong tersebut maka terdapat beberapa unsur dalam bauran promosi yaitu:²⁷

a). *Advertising* (Periklanan)

Iklan merupakan bentuk promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu lembaga atau jasa. Keuntungan dari periklanan adalah iklan dapat menjangkau massa peminat yang tersebar secara luas. Iklan juga memungkinkan perusahaan untuk mengulangi pesan secara berulang-ulang.

²⁷ Repository.unpas.ac.id diakses pada 26 maret 2021 pukul 19.00 wib

Namun iklan juga memiliki kerugian karena iklan tidak bersifat personal atau tidak membujuk orang secara langsung. Iklan hanya bisa melakukan komunikasi satu arah dengan konsumen atau pemirsa, adapun media iklan yang digunakan seperti iklan cetak, siaran, brosur, internet, serta logo dan simbol.

Lupiyoadi mengemukakan ada beberapa tujuan periklanan antara lain sebagai berikut:

(1). Iklan yang bersifat memberikan informasi (*Informative Advertising*)

yaitu iklan yang menerangkan secara detail tentang barang dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan menciptakan minat konsumen atas produk tersebut.

(2). Iklan Yang Bersifat Membujuk (*Persuasive Advertising*)

yaitu iklan yang menjadi sesuatu yang sangat penting dalam situasi persaingan dimana tujuan perusahaan adalah guna menciptakan permintaan pasar yang selektif akan suatu merek tertentu.

d). Hubungan Masyarakat (Publisitas)

Hubungan masyarakat berfungsi untuk membangun, menimbulkan hubungan yang baik antara komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menimbulkan motivasi serta partisipasi, dengan tujuan menimbulkan serta mengembangkan pengertian dan kemauan publik dan mendapat opini public yang menguntungkan.

Keuntungan dari publisitas yaitu dapat menjangkau calon peminat yang banyak, sedangkan kerugian dari publisitas adalah perusahaan sangat jarang memanfaatkan atau menggunakan publisitas sebagai pemikiran selanjutnya.²⁸

e). Promosi Media Sosial

Michael mengemukakan bahwa media sosial menjadi trending dalam berkomunikasi, berinteraksi, serta sebagai media promosi. Dengan media sosial pesan atau informasi dapat disebarkan dengan cepat kepada pengguna internet dengan jumlah yang besar serta biaya yang terbilang murah.

C. Tinjauan Tentang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

1. Sejarah IAIN Curup

IAIN Curup pada awalnya merupakan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah yang memiliki status sebagai Fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah cabang Palembang di Curup. IAIN Raden Fatah Palembang sendiri merupakan cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ide pendirian Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan membentuk panitia persiapan pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah cabang Curup pada tanggal 21 Oktober 1962. Susunan kepanitiannya terdiri atas pelindung, penasihat, ketua I, ketua II, sekretaris I, sekretaris II, bendahara, pembantu, dan seksi-seksi. Sejak

²⁸ Basu Swastha, *manajemen pemasaran: analisa perilaku konsumen*, hal 273

dibentuknya panitia persiapan pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah cabang Curup, kemudian disusul pula dengan didirikannya Yayasan Taqwa Palembang cabang Curup.

Gagasan untuk mendirikan Fakultas Ushuluddin ini mendapat sambutan yang hangat dari seluruh kalangan masyarakat yang ada Curup. Kemudian pada tahun 1963 Yayasan Taqwa Palembang cabang Curup mendirikan Fakultas Syar'iah yang berstatus swasta. Hampir bersamaan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang dari cabang IAIN Sunan Kalijaga menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas syar'iah IAIN Raden Fatah Curup juga diganti menjadi Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1964 surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 86 Tahun 1964.

Eksistensi Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Palembang memberikan dampak yang bagus bagi kemajuan serta perkembangan peradaban agama islam di Kabupaten Rejang Lebong terutama bagi mereka yang menempuh pendidikan di Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup.

Pada tahun 1964 Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup juga mendapatkan penghargaan atau apresiasi serta dukungan dari pemerintah Kabupaten Rejang Lebong. Pada tahun ini juga pemerintah daerah Rejang Lebong memberikan bantuan berupa sebuah mobil Land Rover, uang rutin sejumlah Rp 10.000 bensin premium 15 liter setiap

hari, mesin ketik, dan seperangkat perabotan tamu, yang diberikan langsung oleh Syarifuddin Abdullah selaku Bupati Rejang Lebong.²⁹

Pada tahun 1967 Drs. Mahally selaku Bupati Rejang Lebong memberikan bantuan rutin berupa uang dan bensin secara rutin serta sebidang tanah seluas hampir 2 hektar di Dusun Curup yang digunakan untuk membangun gedung baru yang lebih memadai. Gedung Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup dalam sejarahnya mengalami beberapa kali perpindahan, tahun 1963 sampai 1964 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup menempati gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) di Kelurahan Talang Rimbo kecamatan Curup Tengah.

Pada tahun 1965-1968 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup menempati gedung Rumah Sakit Umum Daerah Curup, pada tahun 1969-1981 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup menempati gedung yayasan Rejang Setia di jalan setia Negara. Sejak tahun 1982 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup berpindah ke bangunannya sendiri yang merupakan bantuan pemerintah yang bertempat di Jl. Dr. Ak Gani dan berubah menjadi kampus STAIN Curup. Berdasarkan keputusan Presiden No. 11 tahun 1997 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup yang merupakan cabang dari

²⁹ Wikipedia.com di akses pada 27 maret 2021 pukul 23.00 wib

IAIN Raden Fatah Palembang resmi berubah status menjadi STAIN Curup.³⁰

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup terus berkembang untuk meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Kabupaten Rejang Lebong. Segala upaya telah direncanakan, dirintis, dan diperjuangkan dengan penuh kesungguhan. Segala Upaya dilakukan, baik dalam pengembangan sarana dan prasarana untuk menuju tingkatan yang lebih baik lagi yaitu menyandang status IAIN.

Dengan berbagai dukungan baik dari dalam Civitas Akademika maupun dari pihak Luar Civitas, akhirnya pada tanggal 05 April 2018 disahkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Ir. H. Joko Widodo, Nomor 24 Tahun 2018 tentang “Institut Agama Islam Negeri Curup”. Dengan Peraturan Presiden ini didirikan Institut Agama Islam Negeri Curup sebagai perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup merupakan Perguruan Tinggi di lingkungan Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan dibidang agama, yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan dibidang agama.

³⁰ Wikipedia.com di akses pada 27 maret 2021 pukul 23.00 wib

2. Kondisi Geografis

Kampus IAIN Curup bertempat di Kelurahan Dusun Curup. Kelurahan Dusun Curup berjarak sekitar 1 km dari pusat kota Curup, kampus IAIN Curup terletak di tengah-tengah masyarakat yang ramah yang mayoritas berkebudayaan Rejang serta mayoritas masyarakat yang menganut agama islam. Kampus IAIN Curup juga sangat mudah dijangkau oleh sarana dan prasarana transportasi.

3. Daftar NAMA Ketua/ Rektor IAIN Curup

Tabel 2.2 Dekan Fakultas Ushuluddin Iain Raden Fatah Curup
Sebelum Menjadi STAIN Curup

NO	NAMA	MENJABAT
1	KH. Amin Addary	Tahun 1966 – 1980
2	Drs. Moh. Dachil	tahun 1980 – 1984
3	Drs. H. Ramli Isma'il Mahya	Tahun 1984 – 1988
4	Drs. H. Eddy Su'ud Abd. Salam	Tahun 1988 – 1998

Tabel 2.3

Ketua STAIN Curup Sebelum Menjadi IAIN Curup

NO	NAMA	MENJABAT
1	Drs. H. Eddy Su'ud Abd. Salam	Tahun 1997 – 1998
2	Drs. Sukarman Syarnubi. M. Pd. I	Tahun 1998 – 2004
3	Drs. H. Abd. Hamid As'ad, M. Pd. I	Tahun 2004 – 2008

4	Prof. Dr. H. Budi Kisworo, M. Ag	Tahun 2008 – 2016
5	Dr. Rahmad Hidayat, M. Ag. M. Pd.	Tahun 2016 – 2018

Tabel 2.4

Rektor IAIN Curup Dari Tahun 2018 Sampai Sekarang

NO	NAMA	MENJABAT
1.	Dr. Rahmad Hidayad, M. Ag. M. Pd.	Tahun 2018 – 2022

4. Dasar Hukum dan Tujuan

Untuk memperjelas dan menegaskan status dirinya, IAIN Curup menjadikan Pancasila sebagai azas kelembagaannya. Adapun yang menjadi dasar operasional kegiatan pendidikan dan pengajaran di IAIN Curup adalah sebagai berikut:

- a. UUD 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
- c. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
- d. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
- e. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
- f. Peraturan Presiden Nomor 24 tahun 2018 tentang Perubahan Bentuk STAIN Curup menjadi IAIN Curup
- g. Peraturan Presiden Nomor 8 tahun 2012 tentang KKNI

- h. Keputusan Menteri Agama RI No. 353 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Agama Islam;
- i. Keputusan Menteri Agama RI tentang STATUS IAIN Curup.
- j. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15447 tanggal 18 April 2018 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2018-2022,
- k. Keputusan Menteri Agama tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Curup;
- l. Permendikbud Nomor 44 Tahun 2018 tentang Standar Pendidikan Tinggi

5. Visi Misi

a. Visi

Visi IAIN Curup adalah menjadi lembaga Pendidikan Tinggi Islam yang bermutu, religius, inovatif, dan kompetitif. Isi dari pernyataan di atas diuraikan sebagai berikut:

1) *Bermutu*

IAIN Curup *concern* dan bertekad memproduksi, menghasilkan alumni yang bermutu dan memiliki kompetensi yang dibutuhkan oleh dunia kerja serta dapat diandalkan untuk kemajuan bangsa, agama dan negara. Dalam bidang penelitian, IAIN Curup bertekad untuk memproduksi karya akademik yang tidak hanya mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan berbasis integratif, tetapi sekaligus menjadi *problem solver* terhadap permasalahan umat, dan bangsa.

2) *Religius*

IAIN Curup adalah Perguruan Tinggi Islam yang mendasarkan setiap proses tri-dharma Perguruan Tinggi pada nilai-nilai religiusitas, melalui integrasi moral akademik dan kesalehan sosial.

3) *Kompetitif*

IAIN Curup *concern* menjadi Perguruan Tinggi Islam yang memiliki daya saing secara personal, sosial, dan profesional dengan Perguruan Tinggi lain.

4) *Inovatif*.

IAIN Curup *concern* mengimplementasikan nilai-nilai inovasi dalam proses pengajaran, pembelajaran dan penelitian. Dengan demikian mampu menghasilkan karya-karya akademik yang mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan mampu memberikan kontribusi terhadap kehidupan umat, bangsa dan negara

b. Misi

Adapun yang menjadi misi IAIN Curup adalah:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang bermutu, religius, dan menghasilkan ilmu pengetahuan yang inovatif dan kompetitif.
- 2) Menyelenggarakan dan mengembangkan berbagai bidang disiplin ilmu melalui penelitian kompetitif yang bermutu dan handal.

- 3) Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai proses pemantapan dan pemanfaatan pengembangan ilmu pengetahuan.³¹

6. Program Studi Yang Terdapat di IAIN Curup

a. Fakultas Tarbiyah

1. Program Studi Bimbingan dan Konseling
2. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
3. Program Studi Pendidikan Agama Islam
4. Program Studi Pendidikan Bahasa Arab
5. Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
6. Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini
7. Program Studi Tadris Bahasa Indonesia
8. Program Studi Tadris Bahasa Inggris
9. Program Studi Tadris Matematika

b. Fakultas Dakwah

1. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
2. Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir
3. Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam
4. Program Studi Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam

c. Fakultas syariah dan Ekonomi Islam

1. Program Studi Perbankan Syariah
2. Ekonomi Syariah

³¹ Buku Pedoman Akademik dan Kode Akademik Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup Tahun 2018

3. Program Studi Hukum Keluarga Islam

4. Program Studi Hukum Tata Negara Islam

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan aspek yang sangat penting dan memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari objek penelitian.³²

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut menurut menurut Imam Gunawan adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari prularisasi dunia kehidupan. Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial, dan persepsi sasaran penelitian.³³

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis dalam menyusun skripsi ini seperti, keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi mengenai persoalan-persoalan yang terjadi di lapangan atau lokasi penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif adalah tipe

³² Consoelo, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: UI 1993) hal 71

³³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016) hal 81

penelitian yang menggambarkan atau memaparkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki.

Penelitian ini dilihat dari segi tujuannya adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³⁴

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan suatu keadaan, sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan mencari sebab suatu gejala tertentu. Penelitian ini memberikan gambaran keseluruhan tiap masalah yang menjadi objek penelitian terutama yang berkaitan dengan strategi promosi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak yang dapat memberikan informasi yang di butuhkan dalam suatu penelitian. Subjek merupakan sesuatu yang ditujuh untuk di teliti oleh peneliti.³⁵ Subjek dalam penelitian adalah benda, hal, orang, tempat, dan data.³⁶

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ada di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup, yaitu orang-

³⁴ Lexi J. Moleong, metodologi penelitian kualitatif, (Bandung: remaja rosdakarya, 2014) hal 4

³⁵ Suharsimmi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005). Hal. 85

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 12

orang yang mengikuti kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup pada tahun 2019, seperti Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2018-2019, Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2019-2020, Kepala Lab FUAD TV, dosen-dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi Prodi, serta mahasiswa yang ikut dalam kegiatan promosi Program Studi KPI IAIN Curup.

C. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di lingkungan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup yang terletak di Jl. Dr. A.K Ghani Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Adapun alasan peneliti memilih melakukan penelitian disini karena tempat yang terhitung dekat memudahkan peneliti ke lokasi penelitian.

Selain itu alasan mendasar peneliti melakukan penelitian di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup adalah karena peneliti melihat ada beberapa masalah yang menjadi latar belakang peneliti yaitu, karena melihat jumlah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Strategi Promosi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup sehingga terjadi peningkatan mahasiswa.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data menjelaskan tentang dari mana diperolehnya data yang dikumpulkan serta orang-orang yang dimintai keterangan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan.³⁷ Adapun Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua, diantaranya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang di peroleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan.³⁸ Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan observasi wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menetapkan informan dengan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti menetapkan lebih awal tentang siapa saja yang akan menjadi sampelnya dan peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling* sebagai pelengkap. Peneliti menetapkan lebih awal bahwa yang menjadi informan kunci adalah seperti Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2018-2019, Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2019-2020, Kepala Lab FUAD TV, dosen-dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi Prodi, serta

³⁷ Sugiyono, *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R Dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 11

³⁸ Husen Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), Hal. 42.

mahasiswa yang ikut dalam kegiatan promosi Program Studi KPI IAIN Curup.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk publikasi seperti buku-buku perpustakaan, arsip, data yang telah ada, dan dokumentasi yang dijadikan literatur penelitian yang berhubungan dengan masalah yang dikembangkan. Fungsinya sebagai penunjang data primer agar hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.³⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁴⁰ Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam rangka memperoleh data yang representatif dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Observasi disebut juga sebagai pengamatan secara langsung untuk mengetahui keadaan atau situasi yang ada hubungannya dengan daerah objek penelitian (lapangan). Observasi merupakan sebagai

³⁹ Ibid Hal. 43

⁴⁰ Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D* (Alfabeta: Bandung 2014) hal 224

pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁴¹

Dalam observasi penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi terus terang atau tersamar. Menurut Sugiyono dalam observasi terus terang atau tersamarkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kala suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.⁴²

Hal yang langsung diamati dalam penelitian ini adalah Kegiatan Promosi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup dalam mempromosikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam melalui media sosial sehingga jumlah mahasiswa semakin meningkat. Dari teknik observasi ini nantinya peneliti dapat memperoleh data yang lebih akurat yang berkaitan dengan penelitian.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi yang seperti percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Dalam proses wawancara

⁴¹Amirul Hadi, dkk, *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (Bandung : Pustaka Setia , 1998). Hal. 192

⁴² Sugiyino, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta : Alfabeta, 2008). Hal. 312

ada dua pihak yang menempati kedudukan yang berbeda yaitu “pewawancara (*interviewer*) sebagai pengejar informasi atau yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang diwawancarai (*interviewee*) sebagai pemberi informasi atau yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan tersebut.⁴³

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur yaitu peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara secara langsung dan peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang merupakan pedoman wawancara serta menggunakan perekam *smarthphone* untuk kegiatan wawancara. Selain itu peneliti juga menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu peneliti bebas dan tidak menggunakan pedoman wawancara untuk mengumpulkan data yang diperlukan.⁴⁴ Peneliti juga melakukan wawancara secara daring atau online karena jarak yang jauh dan juga guna menghindari penyebaran covid-19.

Wawancara secara langsung yaitu dengan objek penelitian, yaitu wawancara di lakukan kepada Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2018-2019, Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2019-2020, Kepala Lab FUAD TV, dosen-dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi Prodi, serta mahasiswa yang ikut dalam kegiatan promosi Program Studi KPI IAIN Curup. Wawancara ini merupakan teknik

⁴³ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, cet VII (Bandung: Mandar, 1996), Hal. 18.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta : Alfabeta, 2008). Hal. 319

pengumpulan data yang paling dominan yang dilakukan dalam proses pengumpulan data.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk mempelajari arsip–arsip lapangan serta keterangan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Misalnya dokumen yang berbentuk tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar seperti foto, gambar hidup, dan sketsa-sketsa lainnya.⁴⁵

Sedangkan yang dimaksud dokumentasi dalam pelaksanaan penelitian adalah melakukan pencarian data dengan menelaah dokumen–dokumen atau informasi yang tercatat dalam buku prosedur penelitian, “dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal–hal yang berupa catatan, transkrip, majalah, surat kabar dan sebagainya.”⁴⁶ Dalam hal ini peneliti melihat dokumen ataupun arsip yang dimiliki oleh Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup tahun 2019 terkait dengan sejarah, visi dan misi serta struktur organisasi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup, serta aktivitas promosi program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup di media sosial seperti facebook dan youtube.

⁴⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005). Hal. 82

⁴⁶ Arikunto, *Op.Cit*, Hal. 206

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, dan setelah selesai memasuki lapangan. Analisa data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil konservasi, wawancara, dan sebagainya. Untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁴⁷

Nasution menyatakan bahwa analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Untuk melakukan analisis, peneliti perlu menangkap, mencata, menginterpretasikan dan menyajikan informasi.⁴⁸

Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan tiga komponen yaitu:

1. *Data reduction* (reduksi data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dalam mereduksi data peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai, tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan penelitian. Data yang telah di reduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

⁴⁷ Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2001) Hal. 206

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hal 245

2. *Data display* (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Miles dan Huberman bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. *Conclusion Drawing* (verifikasi)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis dan teori.⁴⁹

⁴⁹ Ibid hal 253

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Wilayah Setting Penelitian

1. Sejarah Program Studi Komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (Prodi KPI) IAIN Curup, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah merupakan program studi tertua di IAIN Curup, dilihat dari sejarah berdirinya tidak lepas dari sejarah berdirinya STAIN Curup yang pada awalnya merupakan Fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang, dengan kata lain cikal bakal STAIN Curup ketika itu adalah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang STAIN Curup yang pada awalnya merupakan fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang, dengan kata lain cikal bakal STAIN Curup ketika itu adalah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang yang berada di Curup.⁵⁰

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan kontribusi penting bagi perkembangan peradaban islam di Kabupaten Rejang Lebong, terutama dalam bidang keagamaan. Fakultas Ushuluddin ini juga memperoleh apresiasi dan dukungan dari pemerintah kabupaten Rejang Lebong. Seiring perkembangan waktu banyak terjadi perubahan kebijakan atau banyak lahir kebijakan baru dari pemerintah pusat yang berimbas kepada daerah-

⁵⁰ Tim penyusun, *Pedoman Akademik Dan Kode Etik STAIN Curup*, (2011), hal 3

daerah. Salah satu perubahan tersebut adalah kebijakan dibidang pendidikan.⁵¹

Lahirilah sebuah peraturan baru yang mengharuskan IAIN cabang sekolah tinggi agama islam negeri (STAIN), maka dari kebijakan tersebut akhirnya Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup sebagai cabang dari IAIN Raden Fatah Palembang secara otomatis juga berubah status menjadi STAIN Curup. Secara yudiris formal perubahan perubahan tersebut dituangkan dalam keputusan presiden No. 11 Tahun 1997.

Pada awal perkembangannya STAIN Curup hanya mengelolah jurusan dakwah, komunikasi dan penyiaran islam. Untuk tetap berdiri sebagai salah satu perguruan tinggi yang berbasiskan islam dan untuk mewujudkan visi menjadi pusat pendidikan, penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan kebudayaan islam serta membangun masyarakat berdasarkan iman, ilmu, dan amal secara integral, pada tahun akademik 2002 STAIN Curup membuka jurusan baru yakni jurusan Tarbiyah (ilmu kependidikan), pada tahun 2008 STAIN Curup menambah jurusan baru yakni jurusan Syariah, dengan demikian STAIN Curup telah memiliki tiga jurusan yakni; Jurusan Dakwah, Jurusan Tarbiyah, Dan Jurusan Syariah.⁵²

Akhirnya setelah melewati hampir 20 tahun STAIN Curup bercita-cita menjadi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) segala

⁵¹ Buku pedoman akademik mahasiswa IAIN Curup Tahun 2018

⁵² Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol 2 Nomor 2, 2017

persiapan dan upaya telah dilakukan akhirnya pada tahun 2018 berdasarkan peraturan presiden Nomor 24 tahun 2018, STAIN Curup secara resmi berubah bentuk menjadi IAIN Curup.⁵³

Perkembangannya yang semakin signifikan membuat STAIN Curup harus berbenah untuk semakin meningkatkan kualitasnya. Termasuk program studi komunikasi dan penyiaran islam selaku program studi tertua di STAIN Curup juga harus berbenah untuk meningkatkan kualitasnya, antara lain dengan menghadirkan tenaga pengajar yang sesuai dengan bidang keilmuan atau kompetensi yang dibutuhkan oleh program studi KPI. Selain tenaga pengajar program studi komunikasi dan penyiaran islam juga menyusun tagihan mata kuliah yang disesuaikan dengan *skill* yang dibutuhkan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam. Sebaran mata kuliah yang didesain relevan dengan standar kompetensi lulusan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam antara lain:

- 1) Mampu menganalisis dan memetakan persoalan-persoalan tabligh terutama dengan penggunaan teknologi media massa dalam kegiatan tabligh.
- 2) Mampu mempraktekkan keahlian dan keterampilan tabligh dalam bentuk khutbah diniyah (khutbah jum'at dua hari raya, khutbah nikah) dan khutbah ta'syiriah (ragam ceramah keagamaan dan tabligh akbar),

⁵³ Buku Pedoman Akademik Mahasiswa IAIN Curup Tahun 2018

khitabah (tulisan), I'lam intsyariah: tabligh melalui penyiaran (broadcansting) dengan menggunakan media televisi dan radio.

- 3) Mampu mempraktekkan keahlian dan keterampilan sebagai tenaga penyuluh pada institusi TNI-Polri, institusi pemerintah daerah, BKKBN, perusahaan milik pemerintah maupun swasta.
- 4) Mampu menerapkan dan mengembangkan karya-karya inovatif dibidang tabligh sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman.
- 5) Memiliki kapasitas dan sikap profesionalisme dalam menjalankan profesi yang menjadi bidang keahliannya sesuai dengan disiplin ilmu tabligh yang dipelajarinya.⁵⁴

2. Visi dan Misi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

1) Visi

“Menjadi program studi yang menjadi pusat unggulan di provinsi Bengkulu dalam kegiatan dakwah dan komunikasi bagi pengembangan dakwah islamiah pada tahun 2024”

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang dakwah dan komunikasi.
- b) Mengembangkan dan menyelenggarakan penelitian bidang komunikasi dan penyiaran islam dalam memanfaatkan aplikasi teknologi informasi.

⁵⁴ Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol. 1, No. 1,2016

- c) Meningkatkan kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagai salah satu proses pematapan dan pemanfaatan ilmu untuk masyarakat khususnya yang berkaitan dengan komunikasi massa, humas, periklanan, dan penyiaran islam.
- d) Mengintegrasikan nilai-nilai islam dalam ilmu pengetahuan dan teknologi menuju keluhuran akhlak dan kematangan profesional.
- e) Menyelenggarakan kegiatan dakwah dan komunikasi pada setting masyarakat, instansi terkait, yaitu kementerian agama, pemerintah daerah (Humas), surat kabar harian, radio siaran dan televisi.⁵⁵

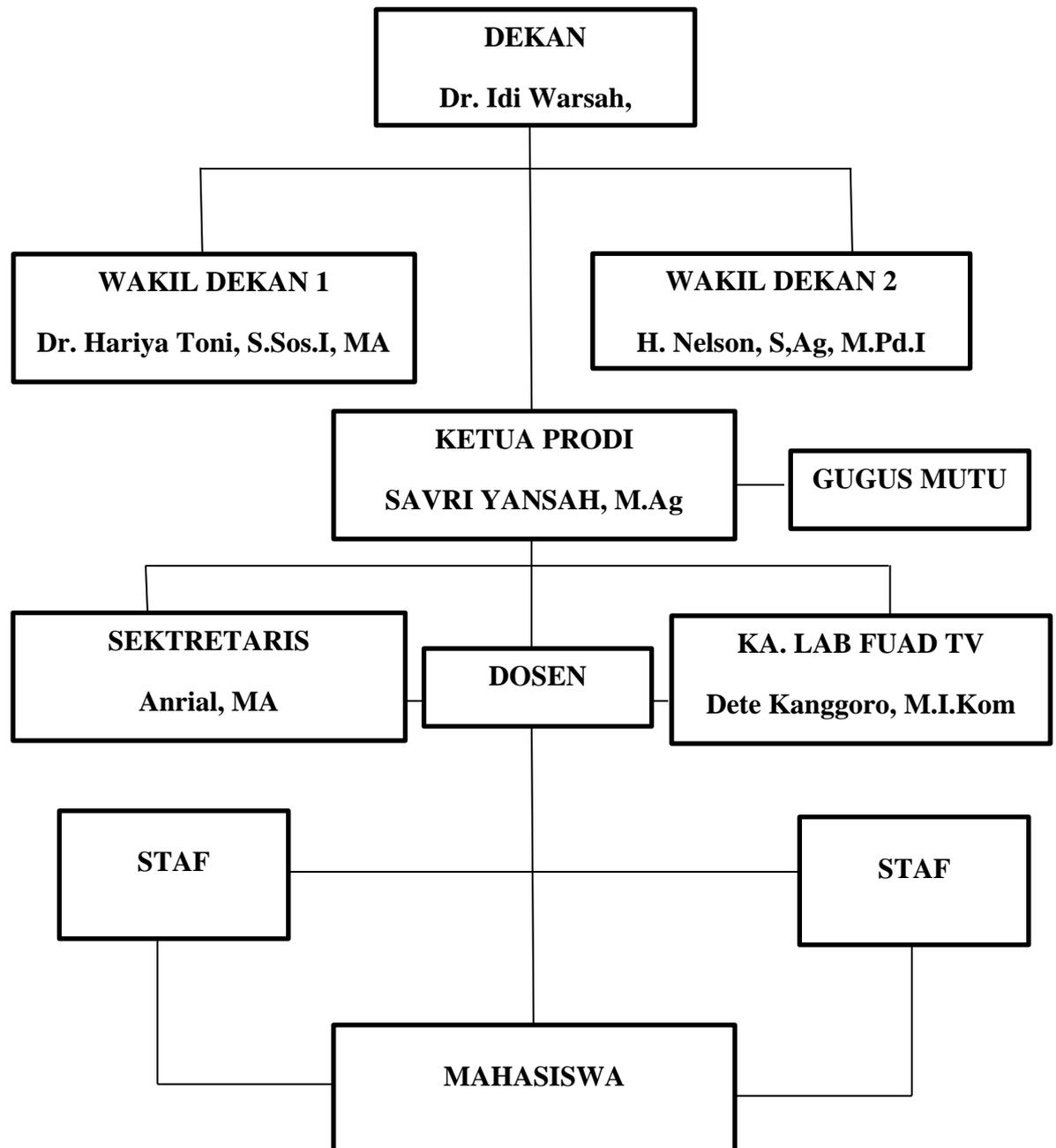
3. Daftar nama dosen program studi KPI IAIN Curup

No	NAMA	P/L	NIP	JABATAN
1.	Dr. Idi Warsah M,Pd.I	L	197504152005011009	Dekan FUAD
2.	Dr. Hariya Toni, S.Sos,I MA	L	198205102009121003	Wadek I
3.	Nelson, S, Ag, M.Pd.I	L	196905041998031006	Wadek II
4.	Savri Yansah, M.Ag	L	199010082019081001	KA.Prodi KPI
5.	Anrial, MA	L	2003018101	Sekretaris Prodi KPI
6.	Dete Kanggoro, M.I.Kom	L		KA.Lab FUAD TV
7.	Dita Verolyna M.I.Kom	P	198512162019032004	KA.Prodi BPI

⁵⁵ *Ibid hal 115*

9.	Intan Kurnia Saputri MA	P		Dosen
10.	Sarwindah M.Sos	P		Dosen
11.	Drs. Ngadri Yusro M.Ag	L	196902061995031001	Dosen
12.	Pajrun Kamil M.Kom.I	L		Dosen
13.	Cikdin S.Ag, M.Pd.I	L	197012112000031003	Dosen
14.	Yuyun Yumiarti, MT	L	198008142009012009	Dosen

4. Struktur organisasi Program Studi Komunikasi Dan
Penyiaran Islam IAIN Curup



B. Profil Informan

Untuk menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang terdiri dari dosen-dosen di program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup yang ikut melaksanakan kegiatan promosi, seperti Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2018-2019, Ketua Program Studi KPI IAIN Curup 2019-2020, Kepala Lab FUAD TV, dosen-dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi Prodi, serta mahasiswa yang ikut dalam kegiatan promosi Program Studi KPI IAIN Curup. Mereka adalah dosen di program studi KPI IAIN Curup yang aktif di tahun 2019. Peneliti memilih 4 orang dosen untuk mendapatkan informasi tentang data penelitian karena sudah memenuhi kriteria informan penelitian, selain itu juga peneliti memilih informan pendukung yang terdiri atas 5 orang mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam.

yang menjadi informan utama adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Nama-nama informan kunci

No	Nama	Jabatan	Alamat	Kode
1.	Robby Aditya Putra	Ketua Prodi KPI tahun 2019 – 2020	Lampung	IK1

2.	Adinda Tessa Naumi	Ketua Prodi KPI tahun 2018 – 2019		IK2
3.	Yuyun Yumiarti	Dosen Prodi KPI	Curup	1K3
4.	Dete Kanggoro	Kepala Lab FUAD TV	Bengkulu	IK4

Tabel 4.2

Nama-nama informan pendukung

NO	NAMA	ASAL SEKOLAH	ALAMAT	KODE
1.	Paisal	MAN RL	Kampung Jawa	IP1
2.	Okta	SMK 1 RL	Jalan Baru	IP2
3.	Fadli	SMK 1 RL	Talang Rimbo	IP3
4.	Sandia	SMA 01 RL	Air Meles	IP4

Tabel 4.3 jumlah mahasiswa Program Studi KPI dari tahun 2015-2020

Tahun akademik	Jumlah mahasiswa
2015	28 orang
2016	29 orang

2017	40 orang
2018	69 orang
2019	85 orang
2020	79 orang

Sumber : Data Arsip Prodi KPI IAIN Curup

C. Temuan penelitian

1. Strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

Adapun strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup menurut IK1 adalah:

“Strategi dilakukan dengan tiga cara, pertama sosialisasi class to class dengan cara eksplanasi yang diselipkan dengan bedah film. Waktunya dilakukan selama konsisten satu tahun. Bukan hanya ketika dua atau tiga bulan saat penerimaan. Yang kedua dengan aktif ekspos foto, vidio, poster, brosur, tulisan-tulisan tentang kegiatan mahasiswa, quote, melakukan kegiatan promosi melalui FUAD TV dan radio pesona di media sosial seperti facebook, instagram dan juga youtube yang dilakukan secara konsisten. Yang ketiga dengan cara bekerja sama dengan sekolah membentuk kegiatan ekstrakurikuler film, dan mahasiswa program studi KPI yang menjadi mentornya, sehingga harapannya siswa yang ikut ekstrakurikuler tersebut mengenal program studi KPI IAN Curup dan berminat untuk kuliah khususnya memilih program studi KPI. Dengan adanya kegiatan ini sekolah diuntungkan karena ada ekstrakurikuler film, dan mahasiswa KPI juga diuntungkan karena ada reward berupa honor bulanan, dan pihak prodi pun beruntung karena mendapat calon mahasiswa baru yang potensial.”⁵⁶

⁵⁶ Wawancara online dengan pak Robby Aditya (18 april 2021)

Hal senada diungkapkan oleh IK2 bahwa:

“Kegiatan promosinya dilakukan secara menyeluruh dari pihak IAIN Curup, promosi ini juga tidak hanya untuk Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam tapi juga untuk semua fakultas dan prodi yang ada di IAIN Curup, salah satu metodenya adalah dengan cara melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMA, MA, SMK, ataupun pesantren-pesantren di Kabupaten Rejang Lebong dan sekitarnya. Kemudian promosi yang dilakukan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah seperti dakwah *go to school*, juga ada melalui Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD TV) dan radio pesona. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui sosial media seperti facebook untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh program studi KPI IAIN Curup, promosi juga dilakukan melalui surat kabar dan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh program studi sebagai sarana untuk kegiatan promosi program studi KPI IAIN Curup kepada masyarakat. Dan terakhir promosi yang dilakukan oleh mahasiswa KPI melalui flyer yang dibagikan langsung ke sekolah-sekolah maupun dititipkan kepada mahasiswa KPI yang pulang ke kampung halaman.⁵⁷

Kemudian dilanjutkan oleh IK3

“Nah untuk strategi promosi itu kita ada di internal dan eksternal, nah untuk internal sendiri biasanya diperangkat prodi sendiri diawal-awal tahun ataupun kalau tidak diawal tahun kita sudah menyediakan seperti fasilitas-fasilitas promosi misalnya yang pertama seperti banner, spanduk yang kita tempatkan di tempat-tempat yang umum ataupun strategis jadi bisa diakses oleh orang banyak misalnya diruangan prodi juga ada. Kemudian diawal tahun juga kita promosi melalui brosur yang dibagikan kepada berbagai pihak, kemudian promosi internal juga dilaksanakan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh program studi KPI seperti kegiatan magang, dan kegiatan kuliah pengabdian masyarakat, yang kemudian di bagikan di sosial media seperti facebook. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui media, misalnya melalui promosi melalui radio pesona dan juga FUAD TV. Nah terus untuk yang eksternal, di eksternal itu kita juga mengadakan MOU atau bekerja sama dengan pihak lain misalnya masyarakat umum yang memang nanti akan menggunakan lulusan kita misalnya seperti pemerintah daerah, sekolah-sekolah ataupun ke lembaga-lembaga yang memang ada kaitannya dengan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, jadi intinya yang kedua itu mengadakan kerja sama kepihak luar, nah terus yang berikutnya mengadakan kegiatan bersama seperti yang pernah bunda alami,

⁵⁷ Wawancara online dengan Ibu Adinda Tessa Naumi (06 mei 2021)

seperti mengadakan *roadshow* ke MAN Curup seperti dakwah *go to school*, nah jadi di internal itu melalui media dan eksternal juga lewat media sekaligus kerja sama.”⁵⁸

Berikutnya IK4 menyampaikan bahwa:

“Jadi ditahun 2019 itu jumlah mahasiswa mengalami peningkatan yang cukup baik, jadi strategi yang dilakukan oleh para dosen termasuk saya juga ikut membantu yaitu dengan pertama membuat pamflet yang nanti diminta kepada mahasiswa juga untuk menyebarkan kedaerah-daerah dikarenakan mahasiswa banyak juga berasal dari daerah-daerah, yang kedua tentunya dengan sosialisasi langsung ke tempat-tempat SMA, MAN, SMK yang dilakukan oleh para dosen termasuk juga pak dekan wakil dekan dan para mahasiswa juga. Yang ketiga dengan melalui media yaitu dengan cara membuat iklan di media karena prodi KPI mempunyai media seperti FUAD TV dan juga radio, kita menyampaikan promosi tentang apa itu prodi komunikasi dan penyiaran islam dan Bergeraknya nanti di bidang apa, dan fasilitas yang dimiliki apa saja, dan alhamdulillah itu mendapat hasil yang baik.”⁵⁹

2. Langkah-langkah strategi yang dilakukan oleh Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Sesuai dengan batasan masalah yang telah peneliti tentukan, langkah-langkah strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup seperti tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada dosen yang terlibat dalam kegiatan promosi terdapat beberapa langkah-langkah yaitu:

Adapun langkah-langkah yang diterapkan menurut Bapak Robby Aditya adalah:

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu yuyun yumiarti (28 april 2021)

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak dete kanggoro (28 april 2021)

“Adapun langkah-langkah yang kami lakukan pertama adalah dengan menargetkan jumlah pendaftar, yang kedua adalah dengan memahami kondisi dan karakteristik calon mahasiswa di zaman milenial seperti saat ini, kemudian yang ketiga dengan aksi atau pelaksanaan secara langsung, kemudian terakhir kami melakukan evaluasi atau peninjauan kembali terkait tentang berhasil atau tidaknya kegiatan promosi tersebut, serta menentukan kekuatan dan kelemahan kegiatan promosi yang telah dilakukan, setelah dievaluasi maka dilakukan aksi kembali tentunya dengan teknik yang lebih baik dari sebelumnya.”⁶⁰

Menurut Ibu Adinda

“Sebelum membuat perencanaan komunikasi dilakukan perencanaan salah satunya melalui evaluasi sosialisasi sebelumnya, selanjutnya dilakukan perencanaan melalui rapat dan ditentukan penanggung jawabnya. Penanggung jawab melakukan koordinasi dengan masing-masing tim untuk menentukan teknis seperti waktu dan tempat media, pengemasan pesan. Pelaksanaan dilakukan sesuai jadwal yang sudah ditetapkan dengan dikoordinir penanggung jawab pada masing-masing kegiatan. Selanjutnya berupa laporan sebagai bahan evaluasi dan bahan pertanggung jawaban.”⁶¹

Menurut Ibu Yuyun Yumiarti

“Jadi memang sebetulnya kita punya RENSTRA (rencana, strategi, pertahun ataupun perlima tahun) itu pihak program studi yang lebih tahu. Intinya kita merumuskan strategi itu disesuaikan dengan rumusan dan visi misi, strategi perencanaan kedepan yang menginduk ke kampus IAIN Curup. Nah jadi disesuaikan dengan yang ada di visi misi IAIN Curup, jadi prodi menyesuaikan kesana. Jadi dalam jangka waktu satu tahun ini apa yang ingin kita capai misalnya ingin menambah jumlah mahasiswa baru, jadi strateginya mungkin selama ini hanya menggunakan brosur ataupun spanduk jadi kita harus mengupayakan misalnya menyediakan beasiswa untuk mahasiswa yang berprestasi serta beasiswa lainnya kemudian giat melakukan sosialisai langsung ke sekolah-sekolah, serta menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga yang nantinya agar menyerap tenaga lulusan program studi KPI, jadi setiap tahun biasanya kita melakukan evaluasi agar kedepannya lebih baik lagi.”⁶²

Menurut Bapak Dete Kanggoro

⁶⁰ Wawancara online dengan pak Robby Aditya (18 april 2021)

⁶¹ Wawancara online dengan Ibu Adinda Tessa Naumi (06 mei 2021)

⁶² Wawancara dengan Ibu yuyun yumiarti (28 april 2021)

“Tentunya kita memang memiliki strategi karna saya kadang-kadang terlibat disitu, yang pertamakan kita melakukan rapat dulu bersama para unsur pimpinan di Fakhultas Ushuludin Adab dan Dakwah, karena KPI kan di bawah naungan Fakultas Ushuludin Adab dan dakwah. Biasanya di intruksi dari dekan dan wakil dekan dan juga para dosen untuk menentukan langkah-langkah misalkan kita membuat agenda misalnya dibulan ini kita akan berangkat ke daerah-daerah untuk mempromosikan Program studi KPI IAIN Curup. Selanjutnya kita membuat langkah-langkah pembuatan promosi melalui media seperti iklan-iklan di Tv namun menggunakan media youtube kita sendiri, kita juga mengandeng guru-guru yang ada di sekolah untuk bekerja sama sekaligus meminta izin agar kita di izinkan untuk bertatap muka dengan para siswa tentang program studi KPI, setelah semua itu dirumuskan maka kita membagi tim dan tugas masing-masing Karena jangkauan kita cukup luas seperti Rejang Lebong, Kepahiang, Lebong dan sebagian daerah Sumatera Selatan seperti Muara Enim, Muaratarata, Linggau dan lain sebagainya.”⁶³

3. Teknik strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Adapun teknik strategi yang dilakukan dalam kegiatan promosi berdasarkan hasil wawancara yaitu:

Menurut IK1

“Teknik yang dilakukan adalah dengan menggunakan komunikasi persuasif, yaitu dengan cara komunikasi yang bersifat membujuk dan mengarahkan mereka dengan cara yang baik dan memberikan pemahaman yang mendalam kepada mereka tentang Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup, bentuk kegiatannya misalnya dengan mengajak mereka untuk mengikuti kegiatan bedah film kemudian diadakan Tanya jawab, dan kemudian menerangkan tentang film tersebut, kemudian diberi tahu bahwa salah satu kegiatan dari program studi komunikasi dan penyiaran islam adalah membuat film dan lain-lain. Selanjutnya melakukan pemutaran vidio-vidio kegiatan dari mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam dan kemudian barulah mengajak mereka untuk bergabung dengan fakultas ushuluddin adab dan dakwah, khususnya Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam dan juga para crew FUAD TV IAIN Curup kegiatan ini dilakukan secara continue atau terus menerus agar semakin banyak

⁶³ Wawancara dengan bapak dete kanggoro (28 april 2021)

yang tertarik dan mengetahui tentang Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.”⁶⁴

Kemudian dilanjutkan oleh IK2

“Teknik strategi yang dilakukan adalah cara memperkenalkan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Curup terkhusus pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, mempromosikan keunggulannya seperti fasilitas dan prasarana yang ada di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam itu ada Lab untuk mahasiswa belajar untuk praktek secara langsung yaitu Lab FUAD TV disana mahasiswa bisa belajar lebih banyak pada praktek, kemudian untuk yang suka pada kegiatan penyiaran radio, maka di program studi komunikasi dan penyiaran islam pun memiliki radio yang disiarkan langsung oleh para mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Kemudian semua kegiatan tersebut disebarluaskan melalui media sosial sehingga siswa-siswa tertarik untuk berkuliah di IAIN Curup. Dan selain itu juga program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup memiliki banyak beasiswa yang bisa membantu mahasiswa dalam meringankan beban biaya kuliah.”⁶⁵

Selanjutnya menurut IK3

“Teknik strategi yang digunakan oleh program studi IAIN Curup adalah dengan teknik informatif, yaitu menjelaskan atau memaparkan kepada para siswa dengan cara sosialisasi ataupun dengan melalui media sosial, yaitu menjelaskan kepada mereka tentang program studi komunikasi dan penyiaran islam, serta berbagai kelebihannya, misalnya seperti adanya program beasiswa yang bisa meringankan biaya kuliah, kemudian mengajak mereka untuk bergabung di program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup.”⁶⁶

Selanjutnya IK4

“jadi teknik strategi yang digunakan itu adalah dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan efektif kepada para siswa, kemudian mengemas pesan dengan menarik agar mereka tertarik untuk mengikuti apa yang kita ajak tersebut. Jadi disini kita bersifat membujuk atau mengajak mereka untuk bergabung dengan cara menyampaikan kelebihan-kelebihan dari program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup ini.”⁶⁷

⁶⁴ Wawancara online dengan pak Robby Aditya (18 april 2021)

⁶⁵ Wawancara online dengan Ibu Adinda Tessa Naumi (06 mei 2021)

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu yuyun yumiarti (28 april 2021)

⁶⁷ Wawancara dengan bapak dete kanggoro (28 april 2021)

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan informan pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

Wawancara dengan IP1

“Saya mengetahui program studi KPI dari media awalnya, saya melihat media sosial facebooknya program studi KPI itu sering menampilkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh program studi KPI IAIN Curup. Jadi awalnya saya penasaran dan ingin belajar ilmu komunikasi secara mendalam, karena saya tidak berhasil mengambil Program Studi Jurnalistik di universitas provinsi Bengkulu, sehingga saya akhirnya memilih program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.”

Selanjutnya wawancara dengan IP2

“Saya mengetahui program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Curup melalui sosialisasi langsung yang dilakukan oleh program studi KPI IAIN Curup, ketika itu mereka melakukan sosialisasi kesekolah saya di SMKN 02 Rejang Lebong dan sekaligus memutar film karya mahasiswa KPI. Sejak itu saya mengetahui adanya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup, dan akhirnya saya tertarik dan memilih bergabung di program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Curup.”

Selanjutnya wawancara dengan IP3

“Saya mengetahui Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup awalnya ketika saya mengikuti kegiatan pada malam puncak Fuad Tv Expo yang dilaksanakan oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup. Kebetulan saya pada saat itu juga mengikuti salah satu lomba yang diadakan. Kemudian saat itu Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup melakukan sosialisasi ke sekolah saya. Oleh karena itu saya jadi mengetahui tentang Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup, karena sesuai dengan hobby saya, jadi saya memutuskan untuk bergabung di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup.”

Selanjutnya wawancara dengan IP4

“Saya mengetahui Program Studi Komunikasi IAIN Curup melalui sosialisasi yang dilakukan ke sekolah saya yaitu di MAN Curup. Saat itu saya mengetahui tentang program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup. Saya tertarik di bidang dakwah saya ingin memperlancar komunikasi saya didepan banyak orang, dan saya ingin

bisa lancar dalam berceramah jadi akhirnya dengan dorongan orang tua saya memilih untuk kuliah di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup.”

D. Pembahasan penelitian

Pada pembahasan sebelumnya, peneliti telah menyajikan hasil penelitian berupa penyajian hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup, langkah-langkah dalam melaksanakan kegiatan promosi dan teknik strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup. Selanjutnya, peneliti akan membahas hasil penelitian tersebut, yang akan dipilih sesuai dengan rumusan dan batasan masalah penelitian.

1. Strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Berdasarkan pendapat Alfred Chandler strategi adalah suatu bentuk penetapan sasaran dan arahan, tindakan, serta pemanfaatan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi erat kaitannya dengan komunikasi dan manajemen, Berdasarkan temuan peneliti sebelumnya tentang strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup terdapat beberapa cara dalam yang digunakan yaitu sebagai berikut:

a. Sosialisasi langsung (*Dakwah go to school*)

Pengertian sosialisasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu usaha yang dilaksanakan untuk memperkenalkan sesuatu

sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh berbagai khalayak.⁶⁸ Sosialisasi merupakan hal yang sangat penting, karena dengan adanya sosialisasi sebagai aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk dan juga mempengaruhi khalayak agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan, dengan adanya sosialisasi maka tujuan dapat tercapai.

Teori yang digunakan dalam kegiatan promosi ini adalah teori perilaku konsumen, dalam konteks seperti ini perguruan tinggi sebagai sebuah lembaga formal yang menawarkan jasa pendidikan dan pengajaran untuk masyarakat banyak, dalam hal ini konsumen atau masyarakat akan memilih sesuai dengan pertimbangan dan alasan untuk menjatuhkan pilihannya. Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang kompleks, karena menyangkut banyak variabel yang mempengaruhi serta kecenderungan untuk saling berinteraksi⁶⁹

Dalam kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup ini adalah bentuk sosialisasi langsung yang dilakukan oleh pihak Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup ke sekolah-sekolah SMA,MAN, SMK yang ada di Kabupaten Rejang Lebong, Kabupaten Lebong Kabupaten Kepahiang dan juga ke beberapa daerah di daerah Sumatera Selatan seperti Musirawas, Lubuk Linggau, dan lain-lain. kegiatan sosialisasi ini biasanya dilakukan pada awal tahun, juga melibatkan para mahasiswa

⁶⁸ KBBI.Web.id/sosialisasi 1 juni 2021

⁶⁹ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: remaja rosdakarya. 2003) hal 5

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, dalam kegiatan ini dimulai dengan *eksplanasi* film atau beda film hasil karya dari mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, kemudian juga diadakan sesi Tanya jawab kepada para siswa agar mereka bisa bebas bertanya tentang Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

Setelah selesai maka para mahasiswa akan mempengaruhi mereka dengan cara yang baik misalnya dengan memberikan informasi tentang apa itu program studi komunikasi dan penyiaran islam dan apa saja yang di pelajari, fasilitas dan prasarana yang dimiliki, hingga banyak beasiswa yang ada di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, untuk mengajak para siswa untuk berkuliah di IAIN Curup khususnya di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Namun kegiatan sosialisasi langsung ini saat ini tidak bisa dilakukan karena adanya wabah covid-19 sehingga tidak memungkinkan untuk turun langsung kesekolah dan membentuk kerumunan.



Kegiatan Prodi KPI di SMKN 02 Rejang Lebong



Kegiatan Prodi KPI di SMAN 03 Rejang Lebong



Kegiatan Prodi KPI di MAN Curup

b. Melalui media sosial

Pada era teknologi informasi seperti saat ini media sosial merupakan wadah paling cepat untuk berbagi informasi dari penjuru Negara manapun. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat, keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat, interaksi bisa dilakukan dengan mudah tanpa harus dalam satu ruang dan waktu yang bersamaan. Dengan pesatnya perkembangan internet saat ini, maka kegiatan promosipun harus dilakukan melalui media sosial agar kegiatan promosi dapat mencapai semua lapisan masyarakat dimanapun.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup aktif di media sosial seperti facebook dan juga youtube sebagai salah satu sarana dalam kegiatan promosi. Kegiatan promosi melalui media sosial ini dilakukan setiap secara rutin. Pada akun media sosial yang dimiliki Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup memuat informasi penting terkait dengan kegiatan-kegiatan misalnya kegiatan jum'at barokah, kegiatan belajar mahasiswa, kegiatan praktek di labolatorium Fuad TV, kegiatan penyiaran radio, hingga kegiatan penting yang dilaksnakan oleh pihak Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

Pada media sosial youtube Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam secara aktif membagikan vidio-vidio promosi kegiatan yang dilakukan di Lab Fuad tv dan di akun youtube tersebut terdapat beberapa program yang dijalankan oleh para crew fuad tv misalnya program berita kampus serta acara talkshow yang mendatangkan para narasumber, kegiatan ini dilakukan secara aktif dan berkelanjutan sebagai sarana untuk melaksanakan kegiatan promosi agar orang-orang tertarik terhadap Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN curup.

***Mari bergabung dengan Fakultas Ushuluddin
Adab Dakwah IAIN Curup.
Prodi Kpi Iain Curup Prodi BPI, IAT dan IPII***



204 7 Komentar • 2 Kali Dikunjungi

Prodi Kpi Iain Curup
9 Sep 2019 • 🌐

Video dokumentasi Dialog Pengembangan Akademik Prodi KPI..

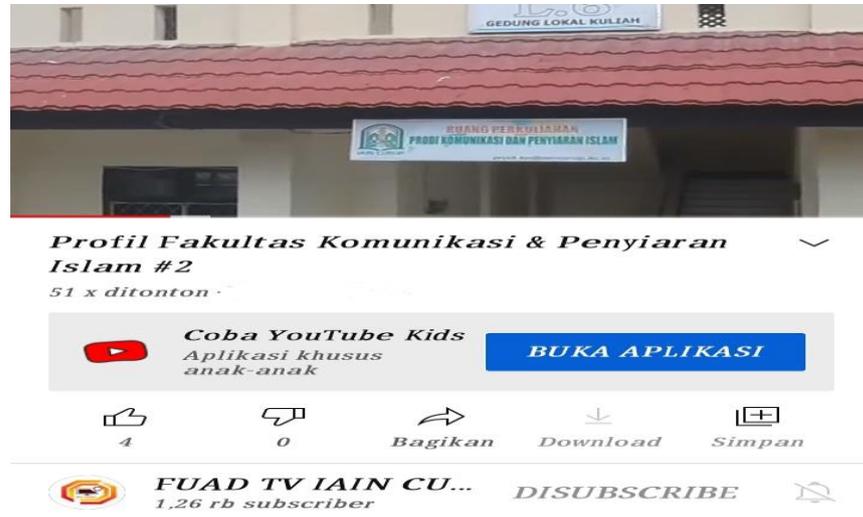
**KPI Famz..
Mana nyali lo!**

Universitas Islam Negeri Curup

👍 Rini Widiarti dan 26 lainnya 75 Tayangan

👍 Suka 💬 Komentar

Promosi Prodi KPI Melalui Media Sosial FB



Promosi Prodi KPI Melalui Media Sosial Youtube

c. Bekerja sama dengan sekolah-sekolah

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam melaksanakan kerja sama atau MOU kepada pihak sekolah untuk mengadakan ekstrakurikuler film sehingga para siswa dapat mengenal program studi komunikasi dan penyiaran islam, kegiatan ini dimentori langsung oleh para mahasiswa program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Wakil Dekan I sekaligus Direktur Utama FUADTV Curup di dampingi General Manager FUADTV dan Ketua Prodi Kpi Iain Curup menerima kunjungan SMA Negeri 1 membahas kerjasama dengan FUADTV dan Prodi KPI.
#Fuadmajudanterdepan



Kunjungan SMAN 01 Membahas Kerja Sama Dengan FUADTV dan Prodi KPI



Kerjasama dengan SMKN 05 Kepahiang

d. Melalui pamflet ataupun brosur

Dalam melakukan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam menggunakan brosur dan juga pamflet yang akan dibagikan kepada sekolah-sekolah dan kepada para mahasiswa untuk sebarluaskan di kampung halaman mereka agar semakin banyak yang mengetahui tentang Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Kenapa prodi KPI IAIN Curup?

- 1 TERAKREDITASI B BAN-PT
- 2 FASILITAS LABORATORIUM LENGKAP
- 3 DIDUKUNG TENAGA PENGAJAR PROFESIONAL BAIK DARI AKADEMI MAUPUN PRAKTIKSI
- 4 BEKERJA SAMA DENGAN PERUSAHAAN DAN MEDIA-MEDIA LOKAL MAUPUN NASIONAL

Daftar matakuliah Prodi KPI antara lain:

Periklanan,
Komunikasi Politik,
Jurnalistik, Sinematography,
Public Relation, Retorika,
Ilmu Dakwah, dll

prodikomunikasi.iaincurup.ac.id

e. Melalui fuad tv dan radio

Laboratorium Fuad tv adalah tempat untuk belajar dan praktik mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, di lab tersebut tersedia alat-alat yang dapat digunakan oleh mahasiswa seperti camera foto, camera vidio, drone, computer dan lain-lain yang dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk belajar. Selain laboratorium Fuad tv Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam juga mempunyai radio yaitu radio pesona 94,1 Mhz yang disiarkan langsung oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam setiap hari dari pukul 07.30 wib hingga pukul 18.00 wib.

FUAD TV
Competition 2019

DAPATKAN : **PIALA - SERTIFIKAT - UANG PEMBINAAN**

CABANG PERLOMBAAN

1. PHOTOGRAPHY
 - *Kategori : SMA/SMK se-derajat & Mahasiswa/I semester 1-5
 - *Sub Tema : (Mahasiswa - Pahlawan Fatmawati, - Agama, - Budaya)
 - (SMA/SMK se-derajat - Sekolahku)
 - *ADM : (Mahasiswa = 3.5K)
 - (SMA/SMK se-derajat = 25K)
2. FILM PENDEK
 - *Kategori : SMA/SMK se-derajat & Mahasiswa/I semester 1-5
 - *Sub Tema : (Mahasiswa - Pahlawan Fatmawati, - Agama, - Budaya)
 - (Mahasiswa - SOE)
 - (SMA/SMK se-derajat = 50K)
 - *Durasi : Minimal 5 Menit Maximal 10 menit
3. MENULIS ESSAY
 - *Kategori : SMA/SMK se-derajat & Mahasiswa/I semester 1-5
 - *Sub Tema : (Mahasiswa - Radikalisme - Toleransi antar umat beragama)
 - (SMA/SMK se-derajat - Sekolahku)
 - *ADM : (Mahasiswa = 3.0K)
 - (SMA/SMK se-derajat = 20K)
4. NEWS PRESENTER
 - *Kategori : SMA/SMK se-derajat, se-kabupaten Rejang Lebong
 - *Sub Tema : (Bebas)
 - *ADM : (5K)
 - *Pelaksanaan : Minggu, 24 November 2019, (Studio FuadTV) IAIN Curup
5. TEATER
 - *Kategori : SMA/SMK se-derajat, se-kabupaten Rejang Lebong
 - *Sub Tema : (Bebas)
 - *ADM : (100K)

Pendaftaran seluruh cabang : 25 October - 23 November, Lokasi : Studio RuadTV,
TM : 15 November 2019



Kegiatan Talkshow Fuad Tv



Kegiatan Talkshow Radio Pesona 94,1 Fm

2. Langkah-langkah strategi

berdasarkan pendapat dari Fred David dalam bukunya manajemen strategis dikemukakan bahwa untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan maka dibutuhkanlah suatu strategi yang tepat mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

a. Perencanaan

Perencanaan adalah proses paling awal dalam menyusun strategi, karena dengan perencanaan yang baik maka tujuan akan tercapai. Dalam melaksanakan kegiatan promosi program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup membuat

perencanaan terlebih dahulu, yang disesuaikan dengan tujuan tertentu. Perencanaan dimulai dengan menyesuaikan visi dan misi program studi IAIN Curup, kemudian menargetkan jumlah pendaftar, memahami karakteristik calon mahasiswa baru, membuat jadwal sekolah-sekolah yang akan dikunjungi, pembekalan ataupun pelatihan untuk para mahasiswa yang akan terlibat dalam kegiatan promosi, menyiapkan atribut atau alat-alat yang akan dibawa, menyiapkan surat dan juga proposal kegiatan, menyiapkan bahan presentasi serta video-video kegiatan yang telah dilakukan oleh mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam. Menyusun pesan yang akan disampaikan, menetapkan metode serta memilih media yang tepat dalam kegiatan promosi, agar tujuan dapat tercapai maka dibutuhkanlah perencanaan yang baik.

b. Pelaksanaan strategi

Setelah merumuskan berbagai perencanaan maka tindakan selanjutnya adalah pelaksanaan, yaitu kegiatan merealisasikan perencanaan misalnya dengan turun langsung ketempat yang dituju seperti datang kesekolah-sekolah untuk melakukan sosialisasi. Kegiatan pelaksanaan strategi ini dilakukan sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

c. Evaluasi strategi

Setelah kegiatan pelaksanaan selesai maka diadakan evaluasi terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan, misalnya menentukan hal-hal yang sebelumnya dianggap kurang maka diperbaiki dan ditambah dengan suatu cara yang lebih inovatif dan kreatif lagi, agar kedepannya kegiatan promosi program studi komunikasi dan penyiaran islam makin membaik dan dapat mencapai tujuan yaitu semakin menambah jumlah mahasiswa.

3. Teknik strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Menurut Anwar Ariffin ada beberapa teknik yang bisa digunakan dalam komunikasi yaitu:

a. Teknik *Redundancy*

Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang pesan kepada khalayak. Dalam melaksanakan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup menggunakan teknik *redundancy* atau pengulangan pesan seperti membuat brosur yang akan disebar dikalangan siswa dan penyampaian promosi melalui radio pesona dan fuad tv serta promosi melalui media sosial facebook yang dilaksanakan secara terus dan berkelanjutan, sehingga dengan seringnya khalayak melihat dan

mendengar promosi tersebut maka akan membuat mereka mulai tertarik.

b. Teknik informatif

Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan yang dimaksud adalah menyampaikan sesuatu yang apa adanya, suatu fakta yang sesungguhnya dan dapat dipertanggung jawabkan dengan data-data, serta pendapat-pendapat yang benar. Dalam melaksanakan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup menggunakan teknik informatif yaitu menjelaskan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup secara apa adanya sesuai fakta dan data, misalnya memberikan informasi berbagai beasiswa serta fasilitas dan prasarana yang dimiliki, serta peluang kerja yang sesuai dengan Kelimuan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup, sehingga dengan informasi tersebut para siswa akan mengetahui dan tertarik untuk bergabung di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

c. Teknik persuasif

Teknik persuasif adalah mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak di buat tergugah pikiran dan perasaannya akan sesuatu yang disampaikan tersebut.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup menggunakan teknik persuasif yaitu dengan cara membujuk atau menarik minat siswa dengan cara mempengaruhi pemikiran mereka dengan menyampaikan kelebihan dari Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup seperti fasilitas yang dimiliki yaitu radio dan lab Fuad tv yang bisa digunakan oleh mahasiswa untuk kegiatan belajar dan mendapat reward berupa uang tunai, serta berbagai program beasiswa misalnya beasiswa bagi siswa yang berprestasi dibidang akademik. Serta memperkenalkan dua bidang keilmuan bagi mahasiswa yaitu ilmu dakwah dan komunikasi, serta praktek lapangan langsung yang membuat siswa tergugah pikiran dan perasaannya untuk bergabung di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan penelitian yang telah peneliti lakukan terhadap kegiatan strategi promosi program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi melalui sosialisasi langsung kesekolah-sekolah SMA, MA, SMK yang ada di Kabupaten Rejang Lebong, Kabupaten Lebong, Kepahiang dan sebagian daerah di sumatera selatan. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk memperkenalkan program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup.
2. Kegiatan promosi melalui media sosial, dalam melakukan kegiatan promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup aktif di sosial media seperti facebook dan youtube, sebagai upaya untuk menarik minat oang-orang terhadap Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup.
3. Kegiatan promosi melalui brosur, pamflet dan banner. Program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup juga melakukan promosi melalui brosur atau pamflet yang disebar

dikalangan siswa sebagai upaya untuk mengajak mereka bergabung di program studi komunikasi dan penyiaraan islam IAIN Curup.

4. Kegiatan promosi melalui Fuad tv dan radio. Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah. Program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup memiliki radio dan juga Lab Fuad tv yang digunakan untuk mahasiswa sebagai tempat belajar sekaligus praktik. Melalui media tersebut mahasiswa gencar melakukan kegiatan promosi untuk membuat Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam semakin eksis dimata masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas penulis memberikan saran diantaranya sebagai berikut:

1. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup sudah melakukan aktivitas promosi yang baik, terbukti dengan bertambahnya jumlah mahasiswa saat ini.
2. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan promosi di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini, guna untuk semakin menambah jumlah mahasiswa.
3. Untuk Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam diharapkan makin kompak bersatu lagi dalam memajukan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup, sehingga bisa menjadi program studi favorit yang mampu mencetak alumni yang hebat dibidangnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi,. *manajemen strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1996.
- Amirul Hadi, dkk. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 1998.
- Anwar Arifin. *strategi komunikasi suatu pengantar ringkas*. Bandung: Armico, 1984.
- Basu Swastha. *manajemen pemasaran: analisa perilaku konsumen*
- Buku. *Pedoman Akademik dan Kode Akademik Mahasiswa*. Curup: IAIN CURUP, 2018.
- Consoelo. *Pengantar Metode Penelitian*,. Jakarta: UI, 1993.
- Dedy mulyana. *ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ezi Hendri, M.SI,. *Komunikasi Persuasif pendekatan dak strategi*. Bogor: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Fandi Tjiptono. *strategi pemasaran*. Cet ke II. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Fred david. , *manajemen strategis*. Jakarta: salemba empat, 2011.
- Freddy Rangkuti. *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: anggota IKAPI, 2009.
- Hafied Cangara. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo persada, 2013.
- Heri Budianto. *ilmu komunikasi sekarang dan tantangan masa depan*. Jakarta: Kencana, 2011.

- Humaidi. *Teori komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang: :UMM Press
- Husen Umar. *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.
- Iis Riza Umami. *strategi promosi fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah riau dalam penerimaan mahasiswa baru tahun akademik 2018/2019*". UIN SUSKA RIAU: Skripsi, 2018.
- Imam Gunawan. *Metode Peneitian Kualitatif Teori Dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Jurnal al-kitabah. "strategi promosi yang efektif," No. 01, vol, II (Desember 2015).
- "Jurnal Dakwah dan komunikasi." *STAIN Curup-Bengkul* vol 2 (2017).
- "Jurnal Komunikasi." *KAREBA*, No 1, vol 3 (Maret 2014).
- Lexi J. Moleong. *metodologi penelitian kualitatif Suharsimmi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Miftahudin,. *perencanaan strategis*. Yogyakarta: pustaka belajar, 1999.
- Onong Uchjana Effendi. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Philip Kotler. *marketing management*. Jakarta: Pren Hallindo, 1997.
- "Repository.unpas.ac.id," t.t. Diakses 26 Maret 2021.
- Sugiyono. *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif Dan R Dan D*.. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsimmi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Suharsimmi *Prosedur Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Sustina. *perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

Tommy Suprpto. *pengantar ilmu komunikasi*. Tangerang: Gramedia Pustaka, 2006.

William J Stanton. *prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.

L

A

M

P

I

R

A

N

PEDOMAN WAWANCARA

(Untuk Narasumber Utama)

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Prodi KPI IAIN Curup ditahun 2019 lalu pak ?
2. Bagaimana langkah-langkah dari Prodi KPI untuk menentukan ataupun menyusun strategi promosinya pak?
3. Apa saja faktor pendukung keberhasilan dalam kegiatan promosi Prodi KPI di tahun 2019 tersebut pak?
4. Apa saja tahapan dalam menentukan strategi promosinya pak mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi?
5. Bagaimana penerapan komunikasi persuasif dalam kegiatan promosi Prodi KPI tersebut pak?
6. Jenis media apa saja yang digunakan untuk kegiatan promosi Prodi KPI IAIN Curup pak?
7. Apa saja bentuk kegiatan yang menarik minat orang-orang terhadap Prodi KPI Curup pak?
8. Bagaimana pendapat bapak tentang promosi Prodi KPI di media sosial ?
9. Menurut bapak bagaimana perbedaan Prodi KPI IAIN Curup yang dulu dan yang sekarang, apa saja perubahan-perubahan positifnya menurut bapak?
10. Menurut bapak seberapa berpengaruh kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Prodi KPI IAIN Curup dalam meningkatkan jumlah mahasiswa?

PEDOMAN WAWANCARA

(untuk informan pendukung)

1. Dari mana teman-teman mengetahui tentang program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup?
2. Apa yang membuat teman-teman tertarik untuk bergabung di program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup?

LAMPIRAN FOTO WAWANCARA

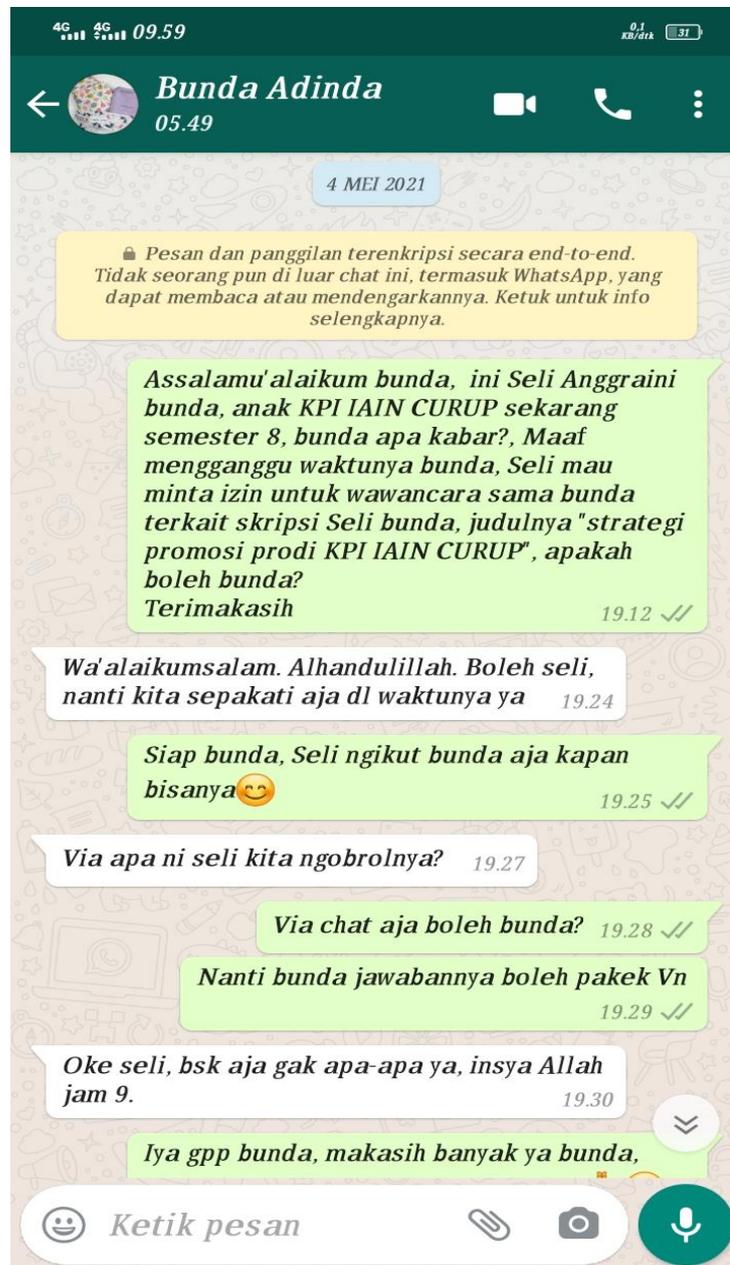
Kegiatan wawancara dengan ibu Yuyun Yumiarti M,T



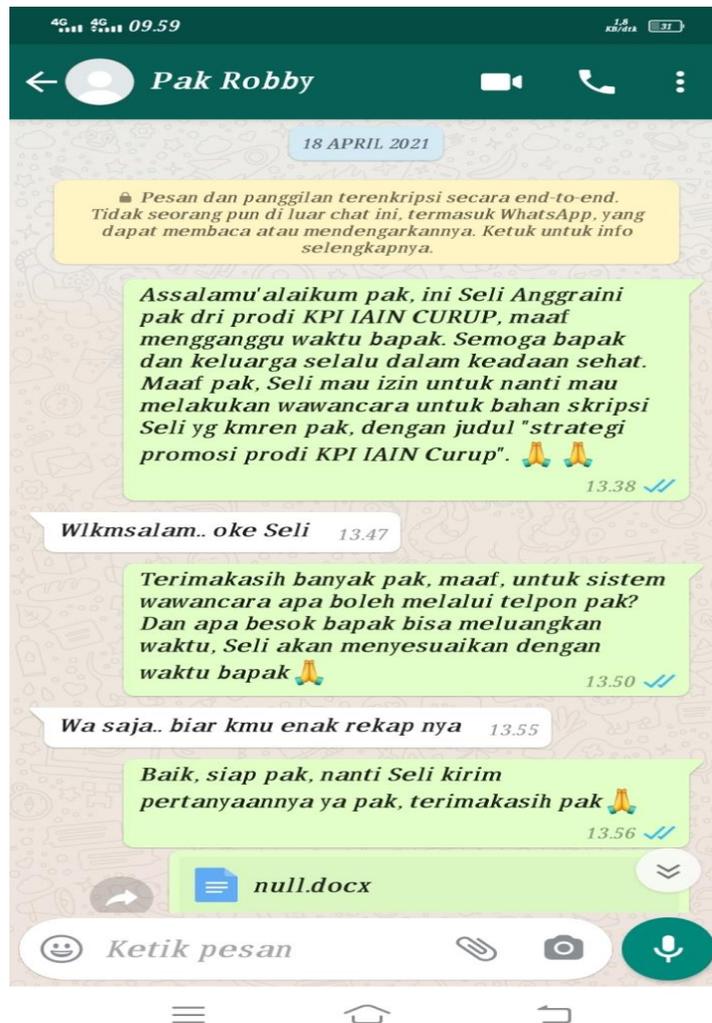
Kegiatan wawancara dengan Bapak Dete Kanggoro M.I Kom



Wawancara online dengan Ibu Adinda Tessa Naumi



Wawancara online dengan Bapak Robby Aditya Putra



Wawancara Dengan Informan Pendukung





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

Jl. Dr. A.K. Ganj, No. 1, Telp. (0732) 21010-21759, Fax 21010 Curup 39119 email: admin@iaincurup.ac.id

SURAT KETERANGAN CEK SIMILARITY

Admin Turnitin Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam menerangkan bahwa telah dilakukan pemeriksaan similarity terhadap proposal/skripsi/tesis berikut:

Judul : Strategi Promosi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN
Curup
Penulis : Seli Angraini
NIM : 17521027

Dengan tingkat kesamaan sebesar 38 %

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Curup, 05 Juli 2021
Pemeriksa,
Admin Turnitin Prodi KPI

(Anrial, MA)



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

NOMOR : 08 Tahun 2021

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Islam Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2018 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15447 tanggal 18 April 2018 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2018-2022;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor 0047 tanggal 21 Januari 2019 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Istitut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : Berita Acara dari Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam tanggal 18 Februari 2021

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah
- Pertama Menunjuk Saudara :
1. Dr. Hariya Toni, MA : 198205102009121003
2. Dita Verolina, M.I.Kom : 198512162019032004
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N a m a : Seli Anggraeni
- N i m : 17521027
- Judul Skripsi : Strategi Promosi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup
Pada tanggal 08 Maret 2021
Dekan,

Aldi Warsah



Tembusan :
1. Rektor IAIN Curup



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Dr. AK Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-7003044
Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-mail: -

Nomor : 175 /In.34/FU.I/PP.00.9/04/2021 28 April 2021
Sifat : Penting
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian

Yth. Rektor IAIN Curup

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyusunan Skripsi S.I pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Seli Anggraini
NIM : 17521027
Fakultas/Prodi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
Judul Skripsi : Strategi Promosi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Waktu Penelitian : 28 April s.d 28 Juli 2021

Tempat Penelitian : Prodi KPI IAIN Curup

mohon kiranya Bapak memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terima kasih.





IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	23/02/2021	Revisi Bab I, tentang Tuntutan dan batasan Masalah	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	30/02/2021	Pertemuan ke-17	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	27/04/2021	ACC Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	05/10/2021	ACC Bab I-5	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5				
6				
7				
8				



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	17/02/2021	Bimbingan Bab I, Revisi dan Menambahkan data	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	18/02/2021	ACC Bab I, lanjut Bab Selanjutnya.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	29/03/2021	Mamulai pertemuan dengan layer Bab IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	15/05/2021	Menambahkan teori di Bab a. bagian Pembahasan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	20/06/2021	ACC Bab I-5	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6				
7				
8				



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : SELI ANGGRAINI
 NIM : 1721021
 FAKULTAS : UHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
 PEMBIMBING I : DR. HARINA TONI, S.Sos., I.MA
 PEMBIMBING II : DITA VERONIKA, M.I.Kom
 JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM LAIN CURUP

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing I atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing I minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum ditajikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : SELI ANGGRAINI
 NIM : 1721021
 FAKULTAS : UHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
 PEMBIMBING I : DR. HARINA TONI, S.Sos., I.MA
 PEMBIMBING II : DITA VERONIKA, M.I.Kom
 JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM LAIN CURUP

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

DR. HARINA TONI, S.Sos., I.MA
 NIP. 198205102009121003

Pembimbing II,

DITA VERONIKA, M.I.Kom
 NIP. 19851216201902100

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dete Kanggoro M.I.Kom
Jabatan : Dosen/ Kepala Lab FUAD TV
Alamat : Bengkulu

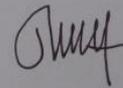
Menerangkan bahwa:

Nama : SELI ANGGRAINI
Nim : 17521027
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk melaksanakan wawancara pada hari rabu Tanggal 28 april 2021 yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestiya.

Curup, 28 april 2021



(Dete kanggoro M.I.kom)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FADLI
Asal Sekolah : SMK 01 Rejang Lebong
Alamat : Talang Rimbo

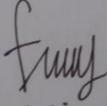
Menerangkan bahwa:

Nama : SELI ANGGRAINI
Nim : 17521027
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk melaksanakan wawancara pada hari Selasa Tanggal 04 Mei 2021 yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup...^{Mei}.....2021


(.....^{fadli}.....)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SANDIA
Asal Sekolah : SMA 1 Rejang Lebong
Alamat : Air Meles

Menerangkan bahwa:

Nama : SELI ANGGRAINI
Nim : 17521027
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk melaksanakan wawancara pada hari Selasa Tanggal 04 Mei 2021 yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestiya.

Curup...^{Mei}.....2021

(.....*Sandia*.....)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FAISAL
Asal Sekolah : MAN Rejang Lebong
Alamat : Kampung Jawa

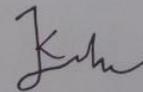
Menerangkan bahwa:

Nama : SELI ANGGRAINI
Nim : 17521027
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk melaksanakan wawancara pada hari Selasa Tanggal 04 Mei 2021 yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup...^{Mei}.....2021



(.....Faisal.....)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : OKTA
Asal Sekolah : SMK 01 Rejang Lebong
Alamat : Jalan Baru

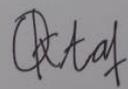
Menerangkan bahwa:

Nama : SELI ANGGRAINI
Nim : 17521027
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk melaksanakan wawancara pada hari Selasa Tanggal 04 Mei 2021 yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Promosi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup...Mei.....2021


(.....Okta.....)