

**STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
CURUP DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS  
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN  
PENDIDIKAN ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)  
Dalam Ilmu Tarbiyah



DISUSUN OLEH:

**FEBRIANA SHOLEHA**  
NIM : 19561015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN  
ISLAM FAKULTAS TARBIYAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP  
2023**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Rektor IAIN Curup  
Di-  
Curup

*Assalamu'alailum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah diadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Febriana Sholeha** yang berjudul "**STRATEGI HUMAS (PUBLIC RELATION) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP DALAM MENINGKATKA KUANTITAS MAHASISWA**" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

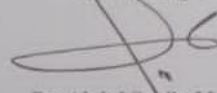
Demikian permohonan ini kami ajukan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Curup, Mei 2023

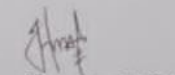
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Abdul Sahib, M.Pd  
NIP. 19720520 200312 1 001

Pembimbing II



Siswanto, M.Pd  
NIDN. 2023078405

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febriana Sholeha  
NIM : 19561015  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul : "STRATEGI HUMAS (PUBLIC RELATIONS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS MAHASISWA." 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.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

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

Curup, Juni 2023  
Penulis



Febriana Sholeha  
NIM. 19561015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)  
**FAKULTAS TARBIYAH**

Jl. Dr. Aji, Curup No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (07732) 21010-21759 Fax 21010 Kode pos 39119  
Website Facebook: Fakultas Tarbiyah Islam IAIN Curup Email: fakultastarbiyah@iaincurup.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor: 72/In.34/T.TAR/I/PP.00.9/01/2023

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Fakultas : Tarbiyah  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

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

Hari/ Tanggal : Rabu, 12 Juli 2023

Pukul : 11.00 – 12.30 WIB

Tempat : Ruang 5 Gedung Munaqasyah Fakultas Tarbiyah IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam bidang Ilmu Tarbiyah.

**TIM PENGUJI**

Ketua,

Dr. Abdul Sahib, M.Pd  
NIP. 19720520 200312 1 001

Sekretaris,

Siswanto, M.Pd.1  
NIDN. 2023078405

Penguji I,

Dr. H. Syaiful Bahri, M.Pd  
NIP. 19641011 199203 1 002

Penguji II,

Dr. Barvanto, M.M., M.Pd  
NIP. 19690723 199903 1 004



Mengesahkan  
Dekan Fakultas Tarbiyah

Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M. Pd.  
NIP. 19650826 199903 1 001

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dalam jiwa, selalu melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**” ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga Allah SWT selalu mencurahkan kepada suritauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga dengan bersholawat kepadanya kita akan mendapatkan syafaat pada hari kiamat nanti.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak hal yang menjadi pembelajaran yang sangat berguna terutama bagi penulis, Dengan demikian penuh kerendahan hati, maka penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah Suhanallahu Ta’Ala, dan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
2. Bapak Dr. Muhammad Istan M.Pd.,MM, selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

3. Bapak Dr. H. Ngadri Yusro M.Pd., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
4. Bapak Dr. Fakhruddin M.Pd.I, selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
5. Bapak Prof. Dr. Hamengkubuwono, M. Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
6. Bapak Dr. Drs. H. Syaiful Bahri, M.Pd selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup
7. Bapak Arsil, S.Ag.,M.Pd selaku Pembimbing Akademik
8. Bapak Dr. Abdul Sahib, M.Pd selaku Pembimbing I dan Bapak Siswanto, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah memberikan waktu, bimbingan, motivasi dan petunjuknya dengan penuh rasa sabar kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai.
9. Bapak Kasubbag Humas IAIN Curup beserta stafnya yang telah memberikan izin penelitian sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Para responden penelitian di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang telah memberikan bantuan dan kemudahan bagi penulis untuk mengumpulkan data yang penulis perlukan dalam menyusun skripsi ini.
11. Semua teman seperjuangan Prodi MPI angkatan 2019, yang telah sama-sama dengan hati ikhlas senantiasa saling memberi support, bantuan, semangat, motivasi, dan tanpa lelah dalam memperjuangkan cita-cita, serta mempertahankan tali persaudaraan diantara kami.

12. Semua keluarga besar Civitas Akademik IAIN Curup yang selama ini telah membantu, mengarahkan dan memberi bantuan fasilitas yang baik untuk menunjang dalam proses menambah ilmu di IAIN Curup.
13. Almamaterku IAIN Curup yang sangat saya banggakan dan telah menjadi bagian dari hidupku.

Demikian skripsi ini penulis buat, semoga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Atas bantuan dan partisipasinya yang telah diberikan kepada penulis semoga menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT dan mendapatkan balasan yang setimpal, Aamiin yaa robbal alamin.

Curup, Mei 2023

**Febriana Sholeha**  
**NIM. 19561015**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan bersyukur kepada Allah subhanallahu Ta'ala dan atas izin-Nya, maka skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Teruntuk orang yang sangat aku sayangi dan aku cintai. Ayahku terhebat (Suswanto Bin Narsan) dan Ibuku Tercinta (Nur Istiqomah Binti Kamsi) yang selalu mendukung semua impianku, yang membesarkanku dan mendidikku sampai detik ini. Terima kasih atas semua pengorbanannya selama ini, atas cinta dan kasih sayang tulus atas doa yang tidak pernah putus untuk anak-anaknya.
2. Saudaraku, Ayukku (Eka Setiawati) yang telah membantu orangtua dalam membiayai kuliahku dan selalu memberikan semangat. Adikku Kembar (Anisa Fuaddatul Machbubah & Anita Fuaddatul Machbubah) yang menjadi alasan untuk semangat dan bekerja keras agar bisa membantu orangtuaku. Kakak Iparku (Sultan Eryandi) dan Keponakanku tersayang (M Jio Airlangga) terimakasih selalu mendukung dan memberikan semangat untukku, yang menjadikanku kuat dan selalu tersenyum hingga saat ini.
3. Untuk seluruh keluargaku terima kasih atas do'a, dukungan dan semangatnya
4. Teruntuk Bapak/Ibu Dosen yang telah membimbing dan memberikan semangat kepada saya, hingga saya bisa sampai di titik ini.
5. Untuk Bapak Dr. Abdul Sahib, M. Pd dan Bapak Siswanto, M. Pd.I terimakasih telah membimbing dan memberikan semangat kepada saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk sahabat terbaikku Rahma Dhania, Yuli Ferbi Yanti dan Amilia Anjriyani yang selalu ada disisiku. Terimakasih telah menyediakan pundak untuk



menangis, memberi bantuan saat aku membutuhkannya. Menjadi rumah pulangku yang menemani semua proses perjuanganku. Dan aku sangat bersyukur memiliki kalian dalam hidupku.

7. Untuk sahabatku, Nind Tri Handayani terima kasih atas kebersamaannya dan selalu mensupport.
8. Septi Dwi Lestari, Vera Heriani, Hera Adela dan anak kost putri shakila terima kasih kebersamaan di kota rantau.
9. Organisasiku PMII Cabang Curup yang telah menemani setiap prosesku.
10. Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih telah berjuang sejauh ini, dengan melewati banyak keluh kesah, melawan ego serta mood yang tidak tentu selama penulisan skripsi ini. Aku bangga pada diriku sendiri!

## **MOTTO**

**“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan dan tidak ada kemudahan tanpa adanya do'a”**

**“Berbuat baiklah kepada siapapun dan dimanapun”**

**~Kullu Makrufin Shodaqoh~**

**Setiap kebaikan itu sedekah**

**“febriana sholeha”**

# STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Febriana Sholeha  
(19561015)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan kuantitas mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup yang dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak signifikan. Oleh karena itu, humas sangat berperan penting dalam suatu lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan organisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam serta faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subyek penelitian terdiri dari Kepala Humas, Staf Humas, Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru, Ketua Prodi MPI, Dosen MPI dan Mahasiswa MPI. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dengan melalui beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi waktu.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama, fact finding* atau pengumpulan data awal; *kedua, planning and programming*, membentuk tim kepanitiaan, menentukan waktu, tempat, program dan strategi, serta melakukan evaluasi; *ketiga, communicating* atau pelaksanaan kegiatan, mengaplikasikan semua program yang telah direncanakan dengan menjalin hubungan baik terhadap media, melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh penting, memberikan pelayanan yang baik terhadap mahasiswa, melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah, memberikan program beasiswa, melakukan publikasi atas pencapaian prestasi-prestasi IAIN Curup maupun mahasiswa, serta memasang spanduk di beberapa tempat-tempat umum; *keempat, evaluating* atau evaluasi, evaluasi dilaksanakan disetiap akhir kegiatan untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan yang telah dilakukan, memperbaiki hal-hal yang masih kurang, baik dari segi perencanaan, pelaksanaan sampai laporan; *kelima, faktor pendukung dan penghambat* strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Faktor pendukung, fasilitas yang memadai, adanya dukungan dan kerjasama pihak kampus, dan biaya kuliah terjangkau; sedangkan faktor penghambat, kurangnya sarana dan prasarana.

**Kata kunci:** *Strategi, Humas, Kuantitas Mahasiswa*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Penelitian .....	6
C. Pertanyaan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Humas dan Ruang Lingkupnya.....	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Strategi Manajemen Humas .....	11
B. Humas dan Ruang Lingkupnya.....	14
1. Pengertian Humas .....	14
2. Peran, Fungsi dan Tujuan Humas Institut Agama Islam Negeri Curup.....	19
C. Strategi Humas dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa .....	24
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Humas .....	27
E. Kuantitas Mahasiswa.....	28

F. Penelitian Terdahulu.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Subjek Penelitian.....	37
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Teknik Analisa Data.....	41
G. Teknik Keabsahan Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Penelitian.....	44
B. Temuan Penelitian.....	53
C. Pembahasan .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 .....	49
Tabel 4.2 .....	50
Tabel 4.3 .....	52
Tabel 4.4 .....	55
Tabel 4.5 .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 .....	61
Gambar 4.2 .....	62
Gambar 4.3 .....	63
Gambar 4.4 .....	64
Gambar 4.5 .....	65

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Globalisasi dunia pendidikan tinggi berdampak secara langsung pada persaingan yang semakin tajam antar Perguruan Tinggi khususnya di Indonesia. Persaingan ini bukan hanya Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia saja, tetapi juga Perguruan Tinggi Luar Negeri dari Manca Negara. Persaingan Perguruan Tinggi menuntut adanya perbaikan manajemen dan kualitas Perguruan Tinggi, sehingga dapat bertahan dan bahkan dapat bersaing. Jumlah Perguruan Tinggi yang semakin banyak menjadi salah satu faktor meningkatnya persaingan antar Perguruan Tinggi dan hal ini menjadi ancaman terhadap perguruan tinggi yang kurang siap bersaing.<sup>1</sup>

Keberadaan Perguruan Tinggi saat ini sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu semakin besar. Ini terbukti dari banyaknya minat calon mahasiswa atau lulusan SMA, SMK, MA yang mau melanjutkan di Perguruan Tinggi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup merupakan sebuah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri yang terletak di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Tepatnya di Jalan Dr. AK Gani No. 01, Curup Utara. Merupakan salah satu Perguruan Tinggi yang memiliki banyak peminatnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Abdul Syakur and Redi Panuju. "Peran Strategis Public Relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi : Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya." *Briliant : jurnal riset dan konseptual* 5.1 (2020) hal. 128

<sup>2</sup> <http://www.pendaftaran mahasiswa.web.id/2016/05/pendaftaran-online-stain-curup-ta.html>, diambil pada tanggal 10 Januari 2022.



Perguruan Tinggi Islam yang mulai lebih banyak diminati dikalangan mahasiswa. Hal ini karena banyaknya Perguruan Tinggi Islam yang sudah maju serta ditunjang dengan sarana dan prasarana berkualitas. Fasilitas yang memadai sehingga dapat bersaing dengan Perguruan Tinggi Swasta. Tentu kampus yang mampu mengelola hubungan yang baik dan menanamkan citra positif pada khalayaknya akan memperoleh banyak perhatian dari publik, sehingga menjadi tujuan calon mahasiswa baru untuk melanjutkan pendidikan mereka.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup merupakan Perguruan Tinggi Negeri Islam Favorit yang berada di Provinsi Bengkulu Kabupaten Rejang Lebong. Perguruan Tinggi yang mulanya hanya sebuah Fakultas dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Fatah Palembang, kini bukan hanya sekedar menjadi Perguruan Tinggi Islam tetapi mempunyai kredibilitas baik dari Tahun ke Tahun. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup menjadi salah satu kampus Islam Negeri di Bengkulu sekaligus penyanggah dari Provinsi lain yaitu Kota Lubuk Linggau Palembang, Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Jambi.<sup>1</sup>

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup menempati peringkat 3 dari lebih 10 Perguruan Tinggi (PT) terbaik yang ada di Provinsi Bengkulu yang masuk dalam daftar *Webometrics* tahun 2021, dan menduduki peringkat 373 Perguruan Tinggi terbaik secara Nasional berdasarkan peringkat yang dirilis oleh *Webometrics* pada bulan Juli 2021.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id), diambil pada tanggal 10 Januari 2022

<sup>2</sup> [www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id), diambil pada tanggal 10 Januari 2022

*Public Relations* di era global yang serba canggih saat ini menjadi salah satu bagian penting dalam suatu perusahaan atau institusi. Peran *public relations* diperlukan guna menunjang operasional perusahaan, apalagi perusahaan memiliki keterkaitan yang erat dengan kepentingan masyarakat luas. Beragam informasi yang dibutuhkan secepat mungkin diakses oleh pengguna informasi yaitu masyarakat, oleh karena itu proses dari komunikasi dari seorang *public relations* suatu institusi dilakukan untuk memberikan sejumlah informasi dan membuat khalayak mampu menerima informasi tersebut atau pesan sesuai dengan kebutuhan mereka. Komunikasi tersebut diperlukan dalam suatu perusahaan yang diwakilinya.<sup>3</sup>

Humas atau *public relations* dalam lembaga pendidikan dapat membantu dalam menjaga citra suatu perusahaan atau lembaga pendidikan. Namun sayangnya pada masa sekarang peran humas dalam dunia pendidikan belum difungsikan secara maksimal oleh lembaga-lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaksana dan pengelola lembaga tersebut terhadap arti penting peran humas yang sesungguhnya, humas mempunyai posisi yang amat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama apabila lembaga tersebut sering berinteraksi dengan khalayak luas.<sup>4</sup> Peran *public relations* disini sangat strategis

---

<sup>3</sup> Agnes Datuela. "Strategi *Public Relations* Pt. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan." *Acta Diurna Komunikasi* 2.1 (2013), 2

<sup>4</sup> Reny Ariani. "Peran *Public Relations* dalam Manajemen Isu di UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM dalam Mengeola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM)." Diss. Universitas Gadjah Mada, (2016),

dalam merencanakan dan membuat format yang jitu sebagai upaya membangun citra lembaga yang positif, sehingga menghasilkan dukungan publik.<sup>5</sup>

Keberhasilan suatu pekerjaan sangat dipengaruhi oleh sistem kerja lembaga dan kemampuan secara profesional terhadap tanggung jawabnya. Keberhasilan pekerjaan pada pihak humas akan mendapat opini yang positif dari masyarakat sekitar. Strategi kegiatan humas pada lembaga pendidikan yang akan dilakukan terlebih dahulu harus memperhitungkan tujuan yang hendak dicapai, strategi yang digunakan, program kerja yang dilakukan dan anggaran atau dana yang disiapkan.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian dari Kepala Sub Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, selama tiga tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang tidak signifikan. Berikut ini data mengenai jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir, yaitu mulai tahun akademik 2019/2020 berjumlah 1.324 mahasiswa sampai dengan tahun 2020/2021 berjumlah 1.213, kemudian di tahun 2021/2022 berjumlah 1.247 mahasiswa baru. Berdasarkan data tersebut tampak bahwa mulai tahun 2019/2020-2021/2022 menunjukkan persentase jumlah mahasiswa yang meningkat dan menurun dari tahun-tahun ajaran sebel

umnya, akan tetapi jumlah mahasiswa belum memperlihatkan peningkatan yang signifikan sesuai dengan target yang direncanakan dari awal.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Pudji Utomo. "Strategi Public Relation dalam Pelayanan Informasi." *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 2.1 (2005), 3

<sup>6</sup> Enny Rohmatin Mustika Sari, "Strategi Humas dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo". 3

<sup>7</sup> Wawancara dengan Endang, tanggal 15 November 2022 di Ruang Kasubbag Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan IAIN Curup.

Berdasarkan observasi awal dengan Sekretaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) pada tanggal 15 November 2022 diperoleh kesimpulan yaitu terjadi tren penurunan mahasiswa baru dari tahun 2019-2021. Jumlah mahasiswa baru tahun 2019/2020 berjumlah 52, tahun 2020/2021 berjumlah 42 dan tahun 2021/2022 berjumlah 47 mahasiswa. Dimana sangat dibutuhkan peran prodi dan mahasiswanya untuk menarik minat mahasiswa baru pada program studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI).<sup>8</sup>

Salah satu cara yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah promosi yang baik, lembaga pendidikan memerlukan strategi promosi yang efektif dengan pasar sasaran yang harus dilakukan oleh seorang humas. Untuk membuat promosi yang efektif haruslah didukung dengan konsep perencanaan komunikasi dan pemilihan media yang tepat. Perancangan strategi promosi yang efektif harus sesuai dengan visi, misi dan tujuan yang jelas dari lembaga pendidikan, serta didukung oleh kemampuan dan kualitas.<sup>9</sup> Sumber Daya Manusia komunikator dalam hal ini adalah seluruh komponen tim promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang terlibat dalam merancang pesan dan informasi yang akan disampaikan kepada calon mahasiswa baru.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan maka dibutuhkan peran humas, dimana menurut F. Rachmadi fungsi utama humas adalah :

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Siswanto, Tanggal 15 Novmber 2022 di Ruang Prodi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup

<sup>9</sup> Dwi Nur Rochman. "*Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa.*" ( IAIN Palangka Raya, 2017), 24

“Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan, baik antara lembaga dengan publiknya, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan lembaga-lembaga.”

Alasan meneliti strategi humas (*public relations*) yaitu untuk melihat strategi *public relations* dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, salah satunya di Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) dan untuk melihat apa saja faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa di Perguruan Tinggi tersebut. Sehingga dengan adanya humas diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi humas (*public relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

## **B. Batasan Penelitian**

Penelitian ini dibatasi pada bagaimana proses fact finding, planning and programming, communicating dan evaluating strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana proses pengumpulan data awal (*fact finding*) strategi humas dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa?
2. Bagaimana proses perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa?
3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan (*Communicating*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa?
4. Bagaimana evaluasi (*evaluating*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa?
5. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan proses pengumpulan data awal (*fact finding*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.
2. Untuk mendeskripsikan proses perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.
3. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan (*communicating*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.
4. Untuk mendeskripsikan evaluasi (*evaluating*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

5. Untuk mendeskripsikan apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini, baik manfaat secara praktis maupun secara teoritis.

##### **1. Manfaat Praktis**

Berikut adalah manfaat secara praktis dari penelitian ini, yaitu :

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai humas (*public relations*), serta untuk memperoleh pengalaman dalam menganalisis peranan *public relations* dalam upaya meningkatkan kuantitas mahasiswa.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai humas (*public relations*) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang faktual didasarkan pada konsep manajemen strategi, serta dapat menggambarkan tentang bagaimana strategi humas (*public relations*) IAIN Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa.

Tiga aspek kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Bagi Institusi Pendidikan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman mengenai strategi *public relations* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.
- b. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *public relations* di lapangan dan meningkatkan keterampilan di bidang *public relations*
- c. Bagi penulis, penulis mendapatkan pengalaman, serta dapat menganalisis penelitian dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan *public relations*.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Humas dan Ruang Lingkupnya

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan sebuah rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dapat dijadikan pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetisi.<sup>1</sup> Strategi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan dalam organisasi sehingga dapat mencapai performa terbaik.<sup>2</sup>

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>3</sup>

Terdapat lima unsur dalam strategi yang dijelaskan oleh Laundry dan Cowling yaitu:

“Terkemukaka, positioning, mengerahkan sumber daya, mengamankan Keunggulan bersaing dan mencapai suks dalam lingkungan yang berlaku.”

---

<sup>1</sup> Shazrin Syafiq Zachrofi, Tri Fatimah and Wilianda Munthe. “Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTS Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhan Batu Utara).” (Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2021), 3

<sup>2</sup> Puji Hariati and Meylia Elizabeth Ranu. “Strategy Management Of Public Relations In New Admissions At SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang Academic Year 2014/2015.” 29

<sup>3</sup> Abdillah Mundir. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah.” (Jurnal Ekonomi Islam, 2015), 29

## 2. Strategi Manajemen Humas (*Public Relations*)

Manajemen humas menurut definisi kamus terbitan *institute of public relations (IPR)*, yaitu sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987. Seperti yang dikutip oleh Anggoro adalah :

“Keseluruhan upaya yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.”

Strategi yang dilakukan oleh humas menunjukkan bahwa strategi-strategi sangat diperlukan oleh pihak lembaga pendidikan untuk mengetahui serta menyusun langkah-langkah apa saja yang dapat dan harus mereka persiapkan kemudian dilakukan dalam pelaksanaan program atau kegiatan, karena mulai dari aktivitas, program atau strategi yang dilakukan serta tujuan hingga sasaran yang hendak dicapai oleh lembaga pendidikan tersebut tidak lepas dari dukungan serta adanya kepercayaan atas penilaian atau pandangan positif dari masyarakat atau publiknya. Strategi ini juga digunakan untuk mempersiapkan lembaga pendidikan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Jadi dapat disimpulkan bahwasanya, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu dan semuanya itu berlangsung secara

berkesinambungan dan teratur.<sup>1</sup> Strategi dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategis organisasi.<sup>2</sup> Manajemen dibutuhkan oleh setiap kegiatan dalam suatu organisasi, tidak terkecuali kegiatan hubungan masyarakat (humas) dalam dunia pendidikan. Manajemen humas adalah suatu proses yang diterapkan oleh humas dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengaktualisasikan serta mengontrol kegiatan humas dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>3</sup>

Manajemen humas merupakan fungsi dari manajemen yang menilai sikap publik/masyarakat, melakukan identifikasi kebijakan dan tata cara seseorang atau organisasi dalam rangka kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan sebuah program kegiatan untuk memperoleh pengertian, pemahaman dan dukungan dari publik/masyarakat. Proses aktivitas manajemen humas secara penuh mengacu terhadap pendekatan manajerial dari awal perencanaan sampai evaluasi.<sup>4</sup> Pada proses perencanaan ini bisa menggunakan empat tahap yang menjadi acuan dalam menjalankan program dari manajemen humas, antara lain :

---

<sup>1</sup> Tutut Sholihah. "Strategi Manajemen Humas Dalam Meniptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 3.2, 2018), 74

<sup>2</sup> Sutrisno Gobel, Sitti Roskina Mas and Arifin Arifin. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Penguatan Karakter Religiusitas." (Jambura Journal Of Educational Management, 2020), 2

<sup>3</sup> Puji Hariati, R. Meylia Elizabeth. "Strategi Manajemen Humas Dalam Penerimaan Siswa Baru di SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang tahun Ajaran 2014/2015." (2014), 5

<sup>4</sup> Yulfi Bagus Irmawan, Erny Roesminingsih. "Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi." (2022), 1210

- a. *Fact Finding*, yaitu mendefinisikan masalah mencakup dalam penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dipengaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi. Tahap ini mencari dan mengumpulkan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi.
- b. *Planning and Programming*, yaitu berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu serta upaya persiapan dan pengalokasian berbagai sarana dan prasarana yang dimiliki organisasi secara efektif dan efisien sehingga berbagai program kerja yang ditetapkan dapat dilaksanakan dengan baik.<sup>5</sup>
- c. *Communicating and action*, yaitu komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan program secara spesifik. Tindakan komunikasi dilakukan guna menimbulkan kesan yang mempengaruhi pihak, yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan. Komunikasi biasanya merupakan komponen yang lebih tampak, kini berfungsi untuk menginterpretasikan dan mendukung strategi aksi.<sup>6</sup>
- d. *Evaluating*, merupakan aktivitas untuk meneliti dan mengetahui sampai dimana pelaksanaan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan.

---

<sup>5</sup> Lijan Poltak Sinambela. "Manajemen Sumber Daya Manusia." (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), 57

<sup>6</sup> Rissa Khoerunnisa, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif. "Aktivitas Kampanya Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman." (2018), 85

Dapat disimpulkan bahwa manajemen humas ditunjukkan kepada semua bentuk kegiatan komunikasi yang terdapat dalam sebuah organisasi, menggunakan berbagai aspek dari asas-asas manajemen mulai dari awal proses perencanaan hingga evaluasi.<sup>7</sup>

## **B. Humas (*Public Relations*) dan Ruang Lingkupnya**

### 1. Pengertian Humas (*Public Relations*)

Kata *public relations* berasal dari Bahasa Inggris yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi hubungan masyarakat atau humas. Humas atau *public relations*, menurut definisi kamus *fun's and wagnal, american standard desk dictionary* terbitan 1994, humas adalah :

“Segep kegiatan dan teknik/kiat yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepek terjangnya.”

*Public relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka meniptakan dan menjaga nilai baik (*good will*) dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Dengan demikian, *public relations* merupakan upaya yang terencana dan dilakukan secara terus-menerus.<sup>8</sup> Humas atau *public relations* sebagai alat manajemen secara struktural merupakan bagian integral dari

---

<sup>7</sup> Yulfi Bagus Irmawan, Erny Roesminingsih. “*Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Mutu Perguruna Tinggi.*” (2021), 1210

<sup>8</sup> Ropingi El Ishaq. “*Public Relations Teori dan Praktik* (Malang, Jatim : Instrans Publishing: 2017), 5

suatu organisasi/lembaga, berperan sangat signifikan dan kontribusinya turut menentukan keberhasilan organisasi/lembaga itu untuk mencapai visi misi dan tujuan bersama.

*Public relations* merupakan kegiatan komunikasi dua arah secara timbalbalik antara suatu organisasi dengan publiknya atau khalayaknya. Baik publik internal maupun eksternal, dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama yang dilandasi asas saling pengertian dan saling mempercayai. Kebanyakan organisasi luar memiliki staff humas tersendiri, juga dapat mengakibatkan kerja ganda. Dengan demikian, humas haruslah memiliki manajemen komunikasi yang efektif dalam rangka memenuhi peran dan fungsinya dalam mendukung kegiatan perusahaan, termasuk dalam kegiatan bisnisnya promosi.<sup>9</sup>

Seorang *public relations* memiliki peranan penting dalam menentukan sukses atau tidaknya visi misi dan tujuan bersama dalam organisasi tersebut. Fungsi staff humas adalah mewakili publik pada manajemen dan manajemen pada publik sehingga tercipta arus komunikasi dua arah, baik bagi informasi maupun perilaku.

Manajemen dan *public relations* tidak bisa dilepaskan, fungsi-fungsi manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Dalam konteks kegiatan *public relations* yaitu:

---

<sup>9</sup> T.E. Ardoyo. "Peran dan Strategi Humas (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan." (2013), 16

a. Perencanaan

Perencanaan adalah proses kegiatan yang rasional dan sistematis dalam menetapkan keputusan, kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan di kemudian hari dalam rangka usaha mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Sedangkan perencanaan pendidikan adalah pemilihan fakta-fakta dan usaha menghubungkan-hubungkan antara fakta satu dengan fakta yang lain dalam aktivitas pendidikan, kemudian memprediksi keadaan dan perumusan tindakan kependidikan untuk masa yang akan datang yang sekiranya diperlukan untuk mencapai hasil yang dikehendaki dalam pendidikan.<sup>10</sup>

Perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biayanya. Perencanaan ini dibuat sebelum suatu tindakan dilaksanakan, perencanaan ada tiga tahap, yaitu : perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang.

Dalam manajemen humas perencanaan biasanya ada di bagian awal atau sebelum menentukan segala sesuatu terkait manajemen, maka perencanaan dilakukan sejak awal sebelum segala sesuatunya ditetapkan sebagaimana yang diungkapkan didalam buku manajemen humas, perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan.<sup>11</sup> Perencanaan

---

<sup>10</sup> Luthfiyyah Saajidah. "Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Kurikulum." (2018), 203

<sup>11</sup> Slamet Mulyadi. "Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul." (2018), 3

humas merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan dan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan humas sebagai suatu proses mempersiapkan hal-hal yang akan dikerjakan pada waktu yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam manajemen humas, secara sederhana perencanaan adalah usaha sadar, terorganisasi dan terus menerus dilakukan guna memilih alternatif yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan.<sup>12</sup>

b. Pengorganisasian

Mengorganisasikan (*Organizing*) merupakan suatu proses menghubungkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tertentu dan menyatukan tugas serta fungsinya dalam organisasi. Dalam prosesnya dilakukan pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab secara terperinci berdasarkan bagian dan bidang masing-masing sehingga terintegrasi hubungan-hubungan kerja yang sinergis, kooperatif, harmonis dan seirama dalam mencapai tujuan yang telah disepakati.<sup>13</sup> Pengorganisasian pada hakikatnya merupakan langkah untuk menentukan “siapa melakukan apa” harus jelas dalam sebuah organisasi. Kejelasan tugas individu atau kelompok akan melahirkan tanggungjawab. Seorang pemimpin harus memberikan tugas kepada orang-orang yang tepat, sesuai

---

<sup>12</sup> Mohammad Thoha, Ika Nurul Jannah. “*Public Relations dan Pembangunan Citra Agamis (Studi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Membangun Citra Religius di SMPN 1 Pamekasan.*” (2018), 38

<sup>13</sup> Musfah Jejen. “*Manajemen Pendidikan; Teori, Kebijakan dan Praktik.*” (Jakarta: Prenadamedia Group : 2015), 3



dengan kedudukan dan kompetensinya, sehingga pekerjaan itu beralasan atau sesuai mutu yang diharapkan.

c. Pengarahan

Sebagai tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha mencapai target sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pengarahan berhubungan langsung dengan kegunaan manajemen dalam menggerakkan (*actuating*) anggota organisasi agar bekerja dengan penuh kesadaran dan ikhlas dalam mengemban tugas dan kewajibannya.<sup>14</sup>

d. Pengawasan

*Controlling* atau pengawasan dan pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen yang berupaya mengadakan penilaian, mengadakan koreksi terhadap segala hal yang telah dilakukan oleh bawahan sehingga dapat diarahkan ke jalan yang benar sesuai dengan tujuan. Pengawasan yaitu meneliti dan mengawasi agar semua tugas dilakukan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang ada atau sesuai dengan deskripsi kerja masing-masing.<sup>15</sup> Fungsi pengawasan yang baik yaitu memastikan bahwa sebuah pekerjaan dapat diselamatkan dari kegagalan, sebelum hal tersebut benar-benar terjadi maka pimpinan harus memastikannya lewat pengawasan yang ketat. Dengannya pimpinan dapat mengukur

---

<sup>14</sup> Safullah Ujang. "Manajemen Pendidikan Islam." (Pustaka Setia : 2012), 9

<sup>15</sup> Saefullah. "Manajemen Pendidikan Islam.", 38

ketercapaian suatu program baik dari sisi kuantitas pencapaiannya maupun kualitasnya.

Penulis menyimpulkan bahwa *public relations* adalah sebuah profesi yang memiliki tugas, fungsi, tujuan dan wewenang ke dala dan ke luar dengan menekankan pada strategi manajemen dan pemasaran guna mencapai pengertian yang sama antara organisasi publik, selain itu menguntungkan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan, hal ini juga membantu meningkatkan penjualan dan citra organisasi di masyarakat. Humas disini menggabungkan antara fungsi manajemen dengan fungsi humas, maka perlu adanya hubungan yang baik antara humas dan manajemen.

## **2. Peran, Fungsi dan Tujuan Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

### **a. Peran Humas (*Public Relations*)**

Peran *public relations* dalam organisasi merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi. Disamping itu, juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi Humas (*Public Relations*) dan pencapaian profesional dalam humas.<sup>16</sup>

Sesuai dengan peran *public relations*, Peran humas yang artinya berfungsi sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan

---

<sup>16</sup> Novi Rahma Ilmiati. “Peran *Public Relations* dalam Konstruksi Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Yogyakarta.” (2016), 70

meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut dimata publik. Hal ini sejalan dengan fungsi humas, yaitu fungsi konstruktif. Oleh karena itu dengan adanya humas dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi. Peran humas sangat di butuhkan di dalam dunia pendidikan.<sup>17</sup>

*Public relations* memiliki peran penting dalam suatu instansi baik instansi pemerintah maupun perusahaan yang memiliki kendali sebagai penengah antara masyarakat dan instansi sehingga bertanggungjawab dalam mempublikasikan suatu kegiatan dan informasi serta menjalin komunikasi yang baik dengan publiknya.

Dapat peneliti simpulkan bahwasanya, peran humas dalam suatu organisasi atau lembaga itu sangat penting dan dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Dengan menjalin komunikasi yang baik dengan publik maka instansi dapat mndapatkan kepercayaan dari publik dan publik dapat membantu instansi dalam melakukan publikasi. Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, dengan begitu humas mampu melakukan kerja sama dengan berbagai media serta stake holder lainnya untuk memperluas informasi. Dengan berjalannya waktu humas mampu meyakinkan banyak pihak untuk bekerja sama dengan baik demi mencapai tujuan.

---

<sup>17</sup> Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetyo Widodo. “*Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi.*” (2017), 35

b. Fungsi Humas (*Public Relations*)

Fungsi *public relations* yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi atau perusahaan, suasana yang kondusif, peka terhadap karyawan yang perlu pendekatan khusus, perlu dimotivasi dalam meningkatkan kinerjanya dan lain-lain.<sup>18</sup>

Fungsi humas menurut Irving Smith Kogan dalam artikelnya *public relations* mengatakan bahwa :

“Fungsi pokok humas antara lain adalah fungsi manajemen sebagai peneliti dan penilai selera dan sikap masyarakat, menyelaraskan kebijakan organisasi dengan kepentingan umum, serta merumuskan dan melaksanakan suatu program kerja untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat.”<sup>19</sup>

Sedangkan menurut Greener, terdapat tiga fungsi humas dalam sebuah organisasi yaitu :

“Jasa humas lebih murah jika dibandingkan metode mengkomunikasikan dan mempublikasikan pesan lainnya, opini yang tidak memihak, humas menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.”

Membangun reputasi dan citra, serta menjaga image dari perusahaan adalah hal terpenting untuk dilakukan karena publik dapat menilai jika perusahaan tersebut memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya. Oleh

---

<sup>18</sup> Marisa Assumpta Rumanti, “*Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Pratek*” (Jakarta: PT Grasindo, 2016), 34

<sup>19</sup> F Rachmadi. “*Public Relations dalam Teori Dan Praktek : Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah.*” (Gramedia Pustaka Utama: 1992)

karena itu, *public relations* memiliki fungsi untuk menjaga reputasi perusahaan atau organisasi.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa fungsi humas adalah membina, menyelenggarakan, mengevaluasi berita dan dalam jasanya humas bisa membantu serta melengkapi tujuan pertumbuhan dan keuntungan secara umum. Fungsi humas tidak terpisahkan dengan fungsi kelembagaan pendidikan tersebut, sehingga fungsi humas dalam lembaga pendidikan bersifat melekat pada manajemen organisasi di Institut tersebut. Humas menyelenggarakan komunikasi dua arah (timbang balik) antara lembaga pendidikan yang diwakilinya dengan publik masyarakat. Artinya, fungsi ini turut menentukan sukses tidaknya visi dan misi dari suatu lembaga pendidikan.<sup>20</sup>

c. Tujuan Humas (*Public Relations*)

Tujuan dari *public relations* adalah untuk mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik.<sup>21</sup> Selain itu, tujuan *public relations* untuk mempengaruhi publiknya, antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi yang diwakili tersebut tetap pada posisi pertama, dikenal dan disukai. Sedangkan posisi publik yang kedua, mengenal dan tidak

---

<sup>20</sup> Win Puspita Sari, Asep Soegiarto. "*Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan.*" (2019), 53

<sup>21</sup> Ropongi el Ishaq. "*Public Relations Teori dan Praktik.*", 23

menyukai itu, maka *public relations* berupaya melalui proses teknik *public relations* tertentu untuk dapat mengubah pandangan publik menjadi menyukai. Pada posisi publik yang ketiga, membutuhkan perjuangan keras untuk mengubah opini publik yang selama ini tidak mengenal dan tidak menyukai melalui suatu teknik kampanye *public relations* (*public relations campaign*) yang mampu mengubahnya, yaitu dari posisi “*nothing*” menjadi “*something*.”<sup>22</sup>

### 3. Ruang Lingkup Humas (*Public Relations*)

Ruang lingkup *public relations* sangatlah luas mencakup seluruh bentuk kegiatan komunikasi, ruang lingkup *public relations* tidak tergantung pada publik eksternal dan publik internal tetapi juga karakteristik organisasi dalam menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan. Semakin luas komponen *public* yang berkepentingan terhadap organisasi maka elemen publiknya juga akan semakin luas, beragam dan permasalahan pun semakin kompleks.<sup>23</sup>

Ruang lingkup *public relations* tidak terlepas dari komunikasi, yang mana seluruh tugas dan fungsi seorang *public relations* dilakukan dengan berkomunikasi pada publik yang menjadi target sarannya. Sehingga dalam dunia *public relations* kita sering mendengar istilah internal *public relations* dan eksternal *public relations* yang memiliki perbedaan publik yang menjadi target sarannya.<sup>24</sup> Seorang *public relations* harus mempunyai kemampuan

---

<sup>22</sup> Ibid., 23-24

<sup>23</sup> Artis Artis. “*Strategi Komunikasi Public Relations*.” (2018), 187

<sup>24</sup> Ayang Deni Kuswara. “*Peranan Public Relations DKM Masjid Besar Asy-Syuhada dalam Meningkatkan Minat Ibadah Masyarakat Cikampek*.” (2016), 25

atau cara berkomunikasi yang baik dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang sudah di programnya dengan sikap profesional, sehingga bisa menciptakan *relations* atau hubungan yang baik dan bisa menjangkau ruang lingkup *public relations* yang sangat luas.<sup>25</sup>

Batasan dalam ruang lingkup humas (*public relations*) dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. *Internal Public Relations*, yaitu orang-orang yang berada atau tercakup oleh organisasi, seluruh pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.<sup>26</sup>
- b. *Eksternal Public Relations*, yaitu orang-orang yang berada di luar organisasi yang ada hubungannya dan diharapkan hubungannya.<sup>27</sup>

### **C. Strategi Humas (*Public Relations*) dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**

Strategi yang di gunakan oleh humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa adalah strategi pemasaran yang disebut *marketing mix* (bauran pemasaran) dan melaksanakan tiga bidang pemasaran yaitu periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*).<sup>28</sup> Periklanan (*advertising*), yaitu bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk

---

<sup>25</sup> Abdul Hadi. “Perkembangan dan Konsep dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis.” (2018)

<sup>26</sup> Agung Yulianto. “Peran Public Relations Officer dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi Jawa Barat.” (2016), 37

<sup>27</sup> Ibid., 38

<sup>28</sup> Siti Arfah. “Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Jumlah mahasiswa Baru”. (Al-Bayan : Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, Vol. 1 No. 1, 2021), 24

menginformasikan, mengedukasi atau membujuk khalayak sasaran jasa pendidikan. Hubungan masyarakat (*public relations*), yaitu upaya yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk memicu minat positif terhadap lembaga pendidikan dan produk jasa pendidikan melalui penyebaran berita baru, membuat konferensi pers, menyelenggarakan peristiwa istimewa dan mendanai aktivitas yang patut dijadikan berita oleh pihak ketiga sekolah, yang meliputi hubungan pers (*press release/ kits*) sekolah, pekan raya dan pameran kegiatan (*trade show and exhibition*) sekolah, serta kegiatan sponsor (*sponsorship*) yang dilakukan lembaga pendidikan.<sup>29</sup>

Dari strategi promosi tersebut Perguruan Tinggi melakukan kegiatan promosinya sebagai berikut :

1. Melakukan kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah

Promosi yang biasa dilakukan oleh Perguruan Tinggi adalah cara sosialisasi dan presentasi di beberapa sekolah. Alat yang digunakan saat presentasi di depan kelas adalah brosur dan angket, brosur ini sebagai alat komunikasi tidak langsung untuk menggambarkan tentang Perguruan Tinggi dan memberikan informasi seperti biaya kuliah, program studi, pendaftaran, program beasiswa dan lain-lain.

2. Memberikan program beasiswa

Biaya pendidikan menjadi salah satu kendala utama mengapa banyak siswa/siswi SMA, SMK dan MA yang urung melanjutkan sekolah dan lebih

---

<sup>29</sup> Yunitasari, Dian. “ *Strategi Promosi Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo* “. (2019), 35-36



banyak memilih bekerja setelah lulus sekolah. Apalagi perguruan tinggi biasanya juga memiliki biaya yang tinggi pula. Program beasiswa sangat tepat untuk mengatasi kekhawatiran siswa/siswi SMA, SMK, dan MA. Ada beberapa beasiswa yang terdapat di Perguruan Tinggi, diantaranya beasiswa KIP, beasiswa Baznas, beasiswa Bank Indonesia, beasiswa My Scholarship, dan beasiswa yang lainnya.

### 3. Pemasangan spanduk-spanduk di beberapa wilayah

Tujuan dari pemasangan spanduk tersebut adalah, agar masyarakat sekitar dapat mengetahui keberadaan kampus, mengetahui tentang penerimaan mahasiswa baru.

### 4. Kegiatan promosi menggunakan media publikasi

Media publikasi dianggap paling penting dan efisien. Publikasi adalah kegiatan menyebarkan informasi, konten, produk maupun ilmu pengetahuan yang bertujuan untuk menarik perhatian dan minat publik. Publikasi merupakan salah satu bentuk kegiatan dari *public relations* yang bertugas untuk memberikan suatu informasi kepada publik tentang apa yang sedang terjadi pada perusahaan. Sehingga publik dapat mengetahui tentang perkembangan perusahaan atau lembaga dan juga dapat membangun citra lembaga dengan memberikan informasi yang baik kepada publik.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Elvira Kartikasari, Anisa Dianti. "Strategi Publikasi Unit Pengelolaan Informasi Majapahit dalam Menyampaikan Informasi di Masa Pandemi Covid."

## 5. Pengolahan data angket

Perguruan Tinggi selain melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media publikasi dan brosur sebagai alat promosinya juga menggunakan angket. Angket disini akan dibagikan kepada siswa/siswi SMA, SMK dan MA pada saat melakukan presentasi dan sosialisasi di depan kelas.

### **D. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menjalankan Strategi Humas (Public Relations)**

Dari semua kegiatan promosi penerimaan mahasiswa baru yang dijalankan tidak akan selamanya optimal dan sempurna, tentunya akan ada faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan promosinya. Adapun faktor-faktor yang mendukung baik internal maupun eksternal yaitu:

#### 1. Faktor Internal

- a) Fasilitas sarana dan prasarana yang memadai
- b) Memiliki media yang cukup untuk melakukan publikasi
- c) Para pimpinan dan staf jajaran direktorat yang mendukung semua kegiatan humas

#### 2. Faktor Eksternal

- a) Pihak sekolah yang memberikan keleluasaan kepada tim PMB untuk melakukan sosialisasi.
- b) Dukungan masyarakat sekitar yang sangat antusias terhadap program-program dan kegiatan dari institusi.

Adapun faktor-faktor yang menghambat saat melakukan kegiatan promosi sebagai berikut:<sup>31</sup>

1. Faktor Internal

- a) Kurangnya sumber daya tim penerimaan mahasiswa baru
- b) Kurangnya alat promosi, seperti *infocus* pada saat presentasi
- c) Kurang sarana dan prasarana yang mendukung
- d) Terbatasnya biaya promosi

2. Faktor Eksternal

- a) Persaingan yang semakin tinggi dari perguruan tinggi lain
- b) Berkurangnya atas permintaan jasa pendidikan
- c) Turunnya kepercayaan terhadap perguruan tinggi tersebut
- d) Macetnya pembayaran uang kuliah, misalnya : akibat kenaikan harga BBM, bahan pokok, transportasi dan kebutuhan hidup lainnya

### **E. Kuantitas Mahasiswa**

Mahasiswa merupakan salah satu bagian yang penting dari suatu perguruan tinggi. Tanpa adanya jumlah mahasiswa yang memadai suatu perguruan tinggi tidak dapat menjalankan proses pendidikannya dengan baik.<sup>32</sup>

Peran mahasiswa di dalam kampus tentu sangat dibutuhkan, karena itu merupakan kunci bahwa mahasiswa aktif, kreatif, mandiri, kritis, inovatif dalam mengerjakan segala sesuatu. Peran mahasiswa sangatlah dibutuhkan dalam

---

<sup>31</sup> Taufan Gojali. "Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik TMKM Karawang. (Media Mahardika Vol. 17 No. 2 : 2019), 380

<sup>32</sup> Aryawan, I. Wayan. "Implementasi Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Dwijendra." (Widya Accarya 13.1, 2022), 52

lembaga pendidikan, karena mahasiswa ikut berpartisipasi dalam segala kretifitsnya, baik dalam akademik maupun non akademik.

#### **F. Penelitian Yang Relevan**

Berdasarkan penelusuran penelitian terkait terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan *strategi humas (public relations) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa*. Beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan penulis diantaranya adalah :

##### 1. Hasil Penelitian Elisabeth Agita Sari dan Lina Sinatra Wijaya (2020)

Penelitian Elisabeth Agita Sari dan Lina Sinatra Wijaya berjudul “*strategi promosi melalui direct marketing untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru*.” Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses direct marketing yang dilakukan oleh *public relations* atau biro promosi Universitas Kristen Satya Wacana di beberapa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang ada di Solo, Semarang dan Salatiga (Jawa Tengah) serta apakah strategi promosi melalui direct marketing yang dilakukan oleh Universitas Kritten Satya Wacana berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa atau tidak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Universitas Kristen Satya Wacana telah melaksanakan beberapa strategi promosi direct marketinng yaitu melalui *face to face selling* (personal selling) dengan mengikuti expo pendidikan dan melaksanakan presentasi di SMA-SMA di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu Universitaas Kristen Satya Wacana juga melakukan

periklanan di beberapa media promosi seperti bulletin, koran dan brosur. Universitas Kristen Satya Wacana juga melakukan promosi melalui saluran online (internet), *direct mail* serta telemarketing melalui via telepon dan whatsapp. Sejauh ini biro promosi Universitas Kristen Satya Wacana sudah melakukan strategi-strategi tersebut dengan baik, beberapa strategi yang sudah dilakukan tersebut yang paling berimbas pada peningkatan jumlah mahasiswa yaitu melalui kegiatan *face to face selling* khususnya kegiatan expo dan presentasi di sekolah-sekolah. Karena selain dapat bertemu dan berinteraksi secara langsung dengan target sasaran, tim promosi Universitas Kristen Satya Wacana juga memiliki keunikan tersendiri dalam penyampaian informasi yaitu menyampaikan informasi yang sama namun dengan cara yang berbeda dengan menyesuaikan kondisi dan situasi target sasaran.<sup>33</sup>

Persamaan penelitian diatas dengan skripsi penulis yaitu, strategi untuk meningkatkan jumlah mahasiswa. Perbedaannya penelitian diatas

## 2. Hasil Penelitian Dwi Nur Rochman (2017)

Penelitian Dwi Nur Rochman (2017), berjudul "*Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa*". Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi, dampak promosi dan juga kendala.

---

<sup>33</sup> Elisabeth Agita Sari, Lina Sinatra Wijaya. "*Strategi Promosi Melalui Direct Markting untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru.*" (Jurnal Ilmu Komunikasi 17.1 : 2022), 16-27

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan strategi promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya menggunakan bauran promosi yang mana terdiri dari 5 (lima) jenis promosi, yaitu : periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan informasi dari mulutke mulut (*word of mouth*). Dampak promosi yang dilakukan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dapat dilihat dari peningkatan jumlah mahasiswa baru dari tahun ke tahun. Promosi yang dilakukan dengan maksimal akan berdampak pada meningkatnya jumlah mahasiswa baru di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, begitupula sebaliknya apabila promosi yang dilakukan kurang maksimal akan berdampak pada menurunnya jumlah mahasiswa baru.<sup>34</sup>

Persamaan penelitian Dwi Nur Rochman dengan penelitian saat ini adalah strategi dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Perbedaannya

### 3. Hasil penelitian Trisna Wiwitan dan Neni Yuliantina (2017)

Penelitian Tresna Wiwitan dan Neni Yuliantina yang berjudul “*Strategi Marketing Public Relations Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*.” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis perencanaan marketing *public*

---

<sup>34</sup> Dwi Nur Rochman. “*Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa*.” (2017)

*relations* di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.<sup>35</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa perencanaan marketing *public relations* tidak terlepas dari proses operasional *public relations cutlip, center dan broom*, dimulai dari tahapan *defining public relations problems, plannin and programming, taking action and communiting* dan *evaluating the program*. Hal yang mendasar dari perencanaan marketing *public relations* di Perguruan Tinggi Islam Swasta adalah membangun manajemen relasi dengan siswa, guru, sekolah dan stakeholders melalui kegiatan komunikasi yang berkesinambungan. Peluang dan tantangan strategi marketing *public relations* dalam analisis SWOT dapat dilihat dari aspek : (a) Strategi *Strengths Oppurtunities*, yaitu mempertahankan dan memperkuat nilai Islam dalam kegiatan marketing *public relation*; (b) Strategi *Weaknesses Oppurtunities*, yaitu mengedukasi publik internal tentang konsep *public relations* dan marketing *public relations* agar tidak terjadi kesalahan persepsi dan prasangka; (c) Strategi *Strengths-Treats*, artinya di era MEA ini Perguruan Tinggi Islam Swasta harus meningkatkan kerjasama dengan stakeholders di dalam maupun luar negeri; (d) Strategi *Weaknesses-Treats* adalah meningkatkan kualitas akademik dosen dan mahasiswa, serta mutu pelayanan prima bagi publik internal dan eksternal.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Tresna Wiwitan, Neni Yuliantina. “Strategi Marketing Public Relations Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA.” (Mediator: Jurnal Komunikasi Vol.10 No.1 : 2017), 1

<sup>36</sup> Ibid., 9-10

Persamaan penelitian Tresna Wiwitan dan Neni Yuliantina dengan penulis saat ini yaitu tentang bagaimana strategi marketing *public relations* dalam Perguruan Tinggi sedangkan perbedaannya yaitu penelitian terdahulu terfokuskan pada perencanaan marketing *public relations* dan peluang serta tantangan marketing *public relations* di era Masyarakat Ekonomi Asian (MEA), sedangkan penulis pada strategi humas (*public relations*) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

4. Hasil Penelitian Surya Dharmawansyah, Hafied Cangara dan M. Iqbal Sultan (2014)

Penelitian Surya Dharmawansyah, Hafied Cangara dan M. Iqbal Sultan yang berjudul “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar.*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi, efektivitas dan faktor penghambat promosi dengan menggunakan metode kuantitatif.

Dalam melakukan strategi promosi Politeknik Media Kreatif Makassar menggunakan 4 (empat) bauran promosi, yaitu Iklan, *Personal Selling*, *Publisitas*, dan *Word of Mouth*. Dimensi iklan (*advertising*) adalah merupakan dimensi strategi promosi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah mahasiswa pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar, sedangkan yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan adalah publisitas. Secara keseluruhan variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah mahasiswa pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar. Kendala – kendala yang ditemui selama kegiatan



promosi dilakukan adalah minimnya dana yang diberikan untuk seluruh kegiatan promosi yang dilakukan, sehingga kegiatan promosi kurang memberikan kontribusi yang maksimal terhadap peningkatan jumlah mahasiswa, kurangnya Sumber Daya Manusia pada bidang komunikasi khususnya dalam merancang perencanaan kegiatan promosi yang baik, dan komunikasi interpersonal yang kurang baik antar sesama pegawai. Oleh karena itu, strategi promosi yang telah dilakukan seperti Iklan, *Word Of Mouth*, *Publisitas*, dan *Personal Selling* harus lebih dikembangkan, selanjutnya Tim Promosi Politeknik Media Kreatif Makassar hendaknya merencanakan anggaran promosi yang efektif dan efisien untuk setiap kegiatan promosi, serta lembaga Humas harus difungsikan sesuai dengan fungsinya dan mengembangkan Sumber Daya Manusia khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.<sup>37</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh politeknik negeri media kreatif makassar adalah iklan, personal selling, publisitas dan word of mouth. Iklan secara parsial adalah variabel yang paling berpengaruh (34,4%) sedangkan variabel yang paling sedikit pengaruhnya adalah publisitas (19,3%). Variabel iklan, personal selling, publisitas dan word of mouth secara serempak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah mahasiswa sebesar 65,% sedangkan sisanya 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Faktor

---

<sup>37</sup> Surya Dharmawansyah, Hafied Cangara, Muhammad Iqbal Sultan. "*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar.*" (Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi : 2014), 263

penghambat kegiatan promosi selama ini adalah dana promosi yang kurang cukup, tidak dimilikinya sumber daya manusia dalam bidang ilmu komunikasi, serta komunikasi interpersonal yang kurang harmonis antar sesama pegawai.<sup>38</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah strategi promosi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa, perbedaanya penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

#### 5. Hasil Penelitian Syukri dan Sumarni (2020)

Penelitian Syukri dan Sumarni (2020), berjudul “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar*”. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi *public relations* dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar dan untuk melihat apa saja faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas tersebut.<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa : strategi humas universitas muhammadiyah makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu dengan beberapa langkah: melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas

---

<sup>38</sup> Ibid., 256

<sup>39</sup> Syukri dan Sumarni. *Strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di universitas muhammadiyah makassar*. ( Vol. 2, No. 1: 2020), 43

Muhammadiyah Makassar seperti: (akademik berupa akreditasi kampus yang dicapai dan jurusan, sumber daya manusia berupa tenaga pendidik dan pencapaian prestasi-prestasi baik lokal sampai dengan internasional), menjalin komunikasi atau bekerja sama dengan media diantaranya (tribun timur, radio RRI, serta iklan-iklan digital seperti poster ataupun pamflet yang disebarakan melalui media online berupa ig, fb dan twitter). Faktor pendukung dan penghambat strategi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu: faktor pendukung internal yaitu segala sesuatu yang didapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Faktor pendukung eksternal adalah keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain faktor pendukung tersebut terdapat pula faktor penghambat yaitu harus memperkuat komunikasi internal baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>40</sup>

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penulis adalah fokus pada strategi humas dalam meningkatkan minat atau calon mahasiswa baru, serta tantangan dan hambatan strategi humas. Sedangkan pebedaannya yaitu pada penelitian terdahulu fokus pada minat calon mahasiswa baru, penulis fokus pada meningkatkan kuantitas mahasiswa.

---

<sup>40</sup> Ibid., 50-51

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu “suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.”<sup>1</sup> Pendekatan kualitatif yaitu “uraian naratif mengenai suatu proses tingkah laku subjek sesuai dengan masalah yang ditelitinya”.<sup>2</sup> Data utama (primer) ini didapatkan di lapangan, sementara data pendukung (sekunder) didapatkan di berbagai literatur, aporan, jurnal dan lain-lain. Peneliti memaparkan dan menggambarkan penelitian yang berjudul “strategi humas (*public relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa”

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode atau penelitian di lapangan yang menggambarkan tentang dunia dan sekitarnya.

#### **B. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber data yang dimintai informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam

---

<sup>1</sup> Nana Syaodih Sukmadinata. “*Metode Penelitian Pendidikan*” (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), 60

<sup>2</sup> Amirul Hadi, Haryono. “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, (Jakarta: Pustaka Setia, 1998), 17

penelitian adalah Kepala Humas, Staf Humas, Panitia PMB, Ketua Prodi MPI, Dosen MPI dan Mahasiswa MPI. Untuk mendapat data yang tepat maka perlu ditentukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “strategi humas (*public relations*) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI).

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan penulis mengenai strategi humas (*public relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa ini dilaksanakan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam *farmakoepidemiologi* memiliki kegunaan untuk memperoleh informasi secara optimal dari subjek yang diteliti.<sup>1</sup> Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari informan di lapangan yaitu melalui wawancara dan observasi partisipasi dengan Kepala Humas, Staff Humas, Panitia PMB, Ketua Prodi dan Dosen MPI.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang

---

<sup>1</sup> Oryza Sativa Sinuhaji, Sofa D Alfian. “Artikel Review: Sumber Data dalam Farmakoepidemiologi.” (Farmaka Vol. 14 No. 2 : 2016), 247

lain atau dengan dokumen. Data sekunder bisa berupa fakta yang ditemukan melalui profil institut dan lainnya.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Observasi merupakan kegiatan penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian dengan melalui proses pengamatan langsung dilapangan. Peneliti berada ditempat itu, untuk mendapatkan bukti-bukti yang valid dalam laporan yang akan dilakukan.<sup>2</sup> Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti membaca situasi dan mencatat informasi sebagaimana yang peneliti saksikan selama penelitian berlangsung.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topic penelitian. Hal yang akan diamati yaitu bagaimana Strategi Humas dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah.

### **2. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara adalah cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan secara sepihak berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditetapkan. Ada beberapa kelebihan pengumpulan

---

<sup>2</sup> Ramdani, Fatwa. “*Ilmu Geoinformatika: Observasi hingga Validasi.*” (Universitas Brawijaya Press: 2018)

data melalui wawancara, diantaranya pewawancara dapat melakukan kontak langsung dengan peserta yang akan dinilai, data diperoleh secara mendalam, yang diinterview bisa mengungkapkan informasi secara lebih luas, pertanyaan yang tidak jelas bisa diulang dan diarahkan yang lebih bermakna.<sup>3</sup> Wawancara dilakukan secara mendalam dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat, teknik wawancara digunakan untuk mengungkapkan data tentang Bagaimana Strategi Humas (*Public Relations*) dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa serta Tantangan dan Hambatan dalam menjalankan Strategi Humas (*Pubic Relations*) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI).

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.<sup>4</sup> Adanya sebuah dokumentasi untuk mendukung ke benaran data. Hal yang akan didokumentasikan dalam penelitian ini adalah bentuk Strategi Humas (*Public Relations*) dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

---

<sup>3</sup> Miftahul Huda. "Evaluasi Usability Website Stie Putra Bangsa Sebagai Media Informasi Perguruan Tinggi." *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* 6.2 (2018), 9-19

<sup>4</sup> Mardalis. "Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal." (Jakarta: Bumi Aksara, 2003),

## **F. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu cara penyusunan data dari umum ke khusus. Dalam penelitian kualitatif teknik analisa data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

### **1. Reduksi Data**

Reduksi Data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dicari tema dan polanya, dan membuang hal-hal yang tidak perlu. Data yang diperoleh dilapangan dicatat secara teliti dan rinci, untuk menghindari penumpukan data maka dilakukan reduksi data yaitu dengan merangkum, memilih hal pokok, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.<sup>5</sup> Dengan demikian data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

### **2. Penyajian Data**

Setelah selesai direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan kategori dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah

---

<sup>5</sup> Amir Hamzah, "*Metode Penelitian Kualitatif*." (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 82



dipahami.<sup>6</sup> Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pengalaman dan analisis sajian data. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks jaringan kerja.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut *Miles dan Huberman* adalah :

“Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.”<sup>7</sup>

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan masih berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

### G. Teknik Keabsahan Data

Kredibilitas penelitian merupakan teknik pengujian keabsahan data, Dalam penelitian ini peneliti memakai uji kredibilitas dengan menggunakan teknik triangulasi, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber

---

<sup>6</sup> Ahmad Rijali. “*Analisis Data Kualitatif.*” (Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 17 No. 33: 2019), 341

<sup>7</sup> Sugiono. “*Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konruktif*” (Bandung: Alfabeta, 2018), 141

data yang telah ada.<sup>8</sup> Bila peneliti melakukan data dengan triangulasi, maka sebenarnya melakukan data yang sekaligus menguji kredibilitas data yaitu mengecek kredibilitas data dengan teknik pengumpulan data dan berbagai waktu. Adapun pengecekan data triangulasi dengan cara sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada narasumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data, data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari, dengan tujuan narasumber yang akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara dan observasi.

Pada penelitian ini, uji kredibilitas data hasil penelitian dilakukan dengan teknik triangulasi sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan waktu.

---

<sup>8</sup>Sumarto Sumarto. "Peran Dan Kredibilitas Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (Ban S/M) Mewujudkan Sekolah Efektif Melalui Manajemen Mutu." *Jurnal Literasiologi* 1.1 (2018), 12

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Penelitian

##### 1. Kondisi Geografis

Secara geografis IAIN Curup terletak pada Kabupaten Rejang Lebong dengan posisi 120°19'-102°57' Bujur Timur dan 2°22'7"-3°31' Lintang Selatan. Secara topografi, Curup didominasi oleh daerah berbukit-bukit krena terletak pada daerah Bukit Barisan. Tidak berlebih jika kondisi fisik Curup dapat dideskripsikan sebagai berikut : kelereng-datar sampai bergelombang, jenis tanah-andosol, regosol, podsolik, latasol dan alluvial, tekstur tanah sedang, lempung dan sedikit berpasir.

Kondisi geografis seperti itu tidak hanya mempengaruhi kehidupan sosial-ekonomi masyarakat, tetapi terkadang menentukan cara pandang (*world view*) masyarakat Rejang Lebong. Reginald W. Bibby (1997) dengan sangat baik telah menjelaskan hubungan antara kondisi geografi dengan struktur agama dan pandangan hidup satu masyarakat melalui artikelnya *Going, Gong, Gone : The Impact of Geographical Mobility on Religion Involment*. Menurutnya kondisi geografis satu daerah mempengaruhi struktur agama, sosial, dan ekonomi masyarakatnya. Keunikan lainnya adalah dalam aspek budaya. Faktanya IAIN Curup tumbuh dalam satu ruang sosial dan kebudayaan yang dihuni oleh Etnis Rejang.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> <https://pascasarjana.iaincurup.ac.id>

## 2. Sejarah Berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup lahir melalui sejarah yang cukup panjang. Mulanya adalah fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah Curup yang berstatus sebagai fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang atau dengan kata lain IAIN Raden Fatah cabang Palembang di Curup. Sementara itu IAIN Raden Fatah Palembang sendiri merupakan cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>66</sup>

Gagasan pendiri fakultas Ushuluddin ini diawali dengan Pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup tanggal 21 Oktober 1962. Susunan kepanitiaan tersebut terdiri dari pelindung, penasehat, ketua I, ketua II, sekretaris I, sekretaris II, bendahara, pembantu dan seksi-seksi. Pendiri fakultas ini antara lain mendapat dukungan dari Prof. Dr. Mr. Hazairin, MH. Husein, Gubernur Sumatera Selatan, Prof. Ibrahim Husein dan lain sebagainya.<sup>67</sup>

Pasca dibentuknya Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Cabang Curup, maka segera disusul dengan didirikannya Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup. Dengan dukungan banyak pihak, pada tahun 1963 tekad bulat Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup Mendirikan Fakultas Syari'ah dengan menyangand status swasta. Fakultas Syari'ah yang baru lahir ini dipimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai Dekan dan Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Habibi/CE, "*Tingkatkan Pelayanan, Akademik STAIN Curup Launching L-SATU*" Curup Ekspres, 15 Desember 2017

<sup>67</sup> *Ibid*

<sup>68</sup> *Ibid*

Hampir bersamaan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang dari cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah Curup juga diganti menjadi Fakultas Ushuluddin, bersamaan dengan itu pula berdiri Fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah di Bengkulu. Pada tahun 1964 dengan datangnya Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 86 Tahun 1964, Fakultas Ushuluddin yang semula berstatus swasta menjadi negeri di atas disusul penerbitan Surat Keputusan Menteri Agama No. 87 Tahun 1964 yang menyatakan bahwa Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup merupakan bagian tidak terpisahkan dari IAIN (Al-Jami'ah Al-Islamiyyah Al-Hukummiyah) Raden Fatah yang berkedudukan di ibukota Provinsi Sumatera Selatan, yaitu Palembang.<sup>69</sup>

Dalam perjalanan sejarahnya, gedung perkuliahan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup mengalami beberapa perpindahan. Pada tahun 1963 hingga 1964 menempati gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Curup yang berlokasi di Talang Rimbo Curup (Sekarang MAN Curup). Dari tahun 1965 hingga 1968 menggunakan bangunan gedung yang saat ini menjadi lokasi Rumah Sakit Umum Daerah Curup di jalan Dwi Tunggal. Tahun 1969 hingga tahun 1981 menempati gedung Yayasan Rejang Setia bekas sekolah Belanda (HIS) di jalan Setia Negara (yang sekarang Gedung Pascasarjana IAIN Curup). Sejak tahun 1982 Fakultas Ushuluddin bisa bernafas lega karena

---

<sup>69</sup> Habibi/CE, "*Tingkatkan Pelayanan, Akademik STAIN Curup Launching L-SATU*" Curup Ekspres, 15 Desember 2017

menempati bangunan sendiri bantuan pemerintah di Jl. Dr. AK. Gani Curup hingga sekarang.

Dengan berbagai dukungan baik dari dalam Civitas Akademik 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 pemerintah di bidang agama.

Sebagai langkah dalam melakukan penataan, penguatan dan pengembangan sistem keadministrasian dan sumber daya manusia (SDM). Pihak IAIN Curup resmi melaunching layanan sistem administrasi terpadu (L-SATU). Peresmian ini langsung dipimpin oleh Sekretaris Jenderal Kementerian Agama (Kemenag) RI yakni Prof. H. Dr. Nur Syam, M. Si yang didampingi Kakanwil Kemenag Provinsi Bengkulu Bustasar MS.<sup>70</sup>

Layanan Sistem Administrasi Terpadu (L-SATU) merupakan salah satu layanan penyedia jasa di IAIN Curup dan sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi keberhasilannya sangat ditentukan oleh baiknya pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang baik dapat diidentifikasi melalui kepuasan

---

<sup>70</sup> Habibi/CE, “Tingkatkan Pelayanan, Akademik STAIN Curup Launching L-SATU” Curup Ekspres, 15 Desember 2017

pengguna jasa, dalam hal ini adalah mahasiswa. Sebuah organisasi yang bersedia memberikan kualitas pelayanan yang baik pastinya akan memperoleh tanggapan-tanggapan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa (perguruan tinggi) melainkan berdasarkan sudut pandang pengguna jasa (mahasiswa). Hal ini disebabkan pengguna jasa yang mengkonsumsi serta yang menikmati jasa layanan.

Rektor IAIN Curup, Dr. Rahmat Hidayat, M.Ag.,M.Pd dalam sambutannya mengatakan bahwa peresmian layanan akademik satu pintu sendiri merupakan salah satu bentuk penguatan kelembagaan yang ada di IAIN Curup dengan berbasis Informasi dan Teknologi (IT). Menurutnya, dengan ada sistem layanan akademik berbasis IT sendiri untuk meminimalisir penggunaan kertas.

Sementara itu Sekretaris Jenderal (Sekjend) Kemenag RI, Prof. H. Dr. Nur Syam, M.Si dalam sambutannya mengatakan bahwa peresmian L-SATU merupakan salah satu bentuk komitmen IAIN Curup dalam sistem layanan akademik terpadu satu pintu berbasis IT.<sup>71</sup>

### **3. Visi dan Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

#### **a. Visi :**

“Menjadi Lembaga Pendidikan Tinggi Islam yang Bermutu, Religius, Inovatif dan Kompetitif”<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Habibi/CE, “*Tingkatkan Pelayanan, Akademik STAIN Curup Launching L-SATU*” Curup Ekspres, 15 Desember 2017

<sup>72</sup> Dokumentasi, IAIN Curup, 16 Maret 2022

## b. Misi :

- 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 pematangan dan pemanfaatan pengembangan ilmu pengetahuan.<sup>73</sup>

#### 4. Struktur Organisasi Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Tabel 4.1

##### Struktur Organisasi Humas Iain Curup

NO	Nama	Jabatan
1	Prof. Dr. Idi Warsah, M. Pd	Rektor
2	Dr. H. Ngadri Yusro, M. Ag	Wakil Rektor II
3	Dr. H. Zahdi Taher, MHI	Kepala Biro AUAK
4	Drs. Fasyiransyah, M. Pd	Kabag AKK
5	H. Riswan, S.Pd.I, MA	Kasubbag Kerjasama dan Hubungan Masyarakat
6	Dery Prastatian, S.E, S.Sos	Pengelola Informasi, Dokumentasi dan Publikasi
7	Ibrahim	Pengelola Kerjasama
8	Neny Yunitas, S. Sos	Pengelola Data Umum dan Kehumasan

(Sumber Data: Dokumentasi IAIN Curup)

<sup>73</sup> Dokumentasi IAIN Curup, 16 Maret 2023



Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa dengan adanya struktur organisasi dalam suatu lembaga yaitu agar setiap individu menjadi lebih bertanggungjawab atas jabatan yang diemban olehnya. Dengan adanya struktur organisasi juga berfungsi untuk mendefinisikan hierarki dalam sebuah organisasi dengan tujuan menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi dan membantu organisasi tersebut dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dimasa depan.<sup>74</sup>

**Tabel 4.2**

**Pegawai Humas IAIN Curup**

NO	Nama	Jabatan
1	Eko Carles, S.Pd. I., MA	Staf Rektor
2	Offiyardi, SE., M.Ak	Analisis
4	Dery Prastatian, S.E., S.Sos	Staf Publikasi
5	Dra. H. Eli Surwita	MOU & Kliping
6	Putri Melati	Staf Biro
7	Zefri Hiptraspa	Staf Biro
8	Taklimudin, S. Ag	Staf Warek II
9	Ruly Margona	Staf Rektor
10	Idrus Salim	Staf Warek III
11	Supriyanto	Staf Warek I
12	Marmoko, S. H. I	Supir Rektor

<sup>74</sup> *Dokumentasi Humas IAIN Curup, 6 April 2023*

13	Rahmad Salihin, M.Pd	Staf Kasubbag
14	Wahyu Erlangga, S. Kom	Staf Kasubbag

*(Sumber Data: Dokumentasi Humas IAIN Curup)*

Dalam suatu organisasi, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan individu yang produktif dan bekerja sebagai penggerak organisasi. Sumber daya manusia menjadi aset penting bagi organisasi, karena peran dan juga fungsinya tidak dapat digantikan oleh sumber daya yang lain, tentunya harus selalu berorientasi pada visi dan misi organisasi.

Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup tanpa adanya sumber daya manusianya tentu tidak dapat berjalan dengan baik kinerjanya. Oleh karena itu, dalam struktur organisasi selain pemimpin terdapat juga anggotanya untuk sama-sama mencapai tujuan organisasi.<sup>75</sup>

## **5. Keadaan Sarana dan Prasarana Sub Bagian Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat**

Keadaan sarana dan prasarana di suatu lembaga sangat penting sekali untuk diperhatikan, karena bermutu atau tidaknya suatu lembaga dapat dilihat dari keadaan sarana dan prasarana yang dimiliki. Untuk menciptakan kenyamanan dalam melakukan pekerjaan yang baik, tentu perlu didukung oleh sarana dan prasarana yang baik pula. Suatu lembaga dapat dikatakan bermutu apabila sarana dan prasarananya cukup memadai, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki Sub Bagian Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Institut Agama Islam Negeri

---

<sup>75</sup> *Dokumentasi Humas IAIN Curup*, 6 April 2023

(IAIN) Curup sudah cukup memadai. Untuk lebih jelasnya terkait keadaan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Sub Bagian Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.3**

**Keadaan Sarana dan Prasarana Sub Bagian Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat IAIN Curup**

NO	Jenis Fasilitas	Kondisi		Jumlah
		Baik	Buruk	
	Meja setengah biro	√		2
	Meja setengah biro	√		1
	Meja setengah biro	√		1
	Meja setengah biro	√		1
	Monitor	√		1
	Monitor	√		1
	CPU	√		1
	CPU	√		1
	Printer	√		1
	Kursi kerja	√		2
	Kursi putar kerja	√		2
	Filling cabinet	√		1
	AC	√		1
	Lemari besi	√		1

*(Sumber Data: Dokumentasi Sub Bagian Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Curup)*

Dari tabel diatas dapat diketahui keadaan sarana dan prasarana di ruang kerja humas telah memenuhi syarat untuk mengadakan proses kerja yang baik. Tetapi perlu diingat bahwa fasilitas tersebut masih harus ditingkatkan lagi, baik kuantitas maupun kualitas.<sup>76</sup>

## **B. Temuan Penelitian**

Secara spesifik temuan penelitian terkait strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam perlu memperhatikan dan mengikutsertakan publik dalam menjalankan strategi yang akan dilaksanakan. Publik dalam arti ini adalah publik *internal dan eksternal*. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menarik minat calon mahasiswa baru yaitu dengan meningkatkan mutu dan sumber daya manusia nya.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Dalam perencanaan strategi humas (*public relations*) mengacu pada indikator adanya *fact finding, planning and programming, communicating and action* dan *evaluating*. Berikut ini hasil penelitian strategi humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajeme Pendidikan Islam, yaitu:

---

<sup>76</sup> *Dokumentasi Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat IAIN Curup*, 6 April 2023

## 1. Pengumpulan data awal (*Fact Finding*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

Salah satu suksesnya sebuah kegiatan adalah dengan mencari terlebih dahulu latar belakang dari pembuatan kegiatan yang dilakukan atau dikenal dengan istilah *fact finding*. Penting bagi seorang humas untuk memperhatikan tiap perkembangan yang terjadi dalam organisasinya, baik yang bersifat *internal* maupun *eksternal*.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak EC selaku Staf humas, sebagai berikut:

“Dalam hal ini, humas harus aktif dalam memanfaatkan media baik media sosial ataupun media konvensional dengan mempublikasikan kegiatan-kegiatan menarik dan informasi penting terkait Institut. Hal tersebut dikarenakan sekarang ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, sehingga informasi yang humas sebarkan mudah didapat oleh masyarakat.”<sup>77</sup>

Lain halnya yang dikatakan oleh Bapak DS yaitu:

“Kesadaran masyarakat terhadap informasi mengenai suatu institusi sangat kurang, ini dibuktikan dengan jarangnyanya masyarakat mencari informasi ataupun masyarakat yang malas membaca. Oleh karena itu, selain menyebarkan informasi di media sosial ataupun media konvensional, humas juga harus melakukan publikasi melalui youtube dengan membuat konten menarik seputar IAIN Curup untuk menarik masyarakat tersebut.”<sup>78</sup>

Selanjutnya, hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak S bahwasannya :

“Permasalahan yang ada pada awal penerimaan mahasiswa baru yaitu terkadang banyak peserta didik yang membatalkan masuk ke IAIN Curup padahal sudah terdaftar sebagai mahasiswa baru, namun mereka tidak

---

<sup>77</sup> Eko Carles, “Wawancara Staf Humas”. 16 Maret 2023

<sup>78</sup> Dede Sihabudin, “Wawancara Pembantu Humas”. 30 Maret 2023

melakukan registrasi ulang sehingga data yang masuk tidak sesuai dengan data yang telah diinput.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa dengan adanya media sosial menjadikan informasi humas mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan fakta tersebut, humas telah memaksimalkan kinerjanya dan dapat memecahkan permasalahan yang menjadi kendala dalam menyebarkan informasi. Dalam hal ini, kepekaan humas sangat dibutuhkan untuk membantu mempercepat ataupun memperlancar kegiatan-kegiatan kampus baik dari segi konten dan berbagai media sehingga apapun yang dilakukan oleh institusi bisa terpublikasikan di media maupun masyarakat.

Berikut ini merupakan data pendaftaran mahasiswa baru Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup tahun 2019-2020 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Data Mahasiswa Baru IAIN Curup Tahun 2019-2022**

NO	FAKULTAS	PRODI	TAHUN		
			2019	2020	2021
1	Tarbiyah	PAI	219	188	181
		TBI	75	79	42
		PBA	24	38	14
		PGMI	273	224	249
		BKPI	37	40	23
		MPI	54	42	48
		PIAUD	39	39	26

		TBIIn	58	43	36
		TMM	15	21	21
JUMLAH			791	714	640
2	Ushuluddin Adab Dakwah	KPI	85	79	49
		IAT	22	22	20
		BPI	16	110	7
		IPII	52	25	15
Jumlah			175	236	91
3	Syariah dan Ekonomi Islam	Perbankan Syariah	118	99	85
		HKI	46	45	40
		HTN	33	49	56
		Ekonomi Syariah	66	61	53
		Hukum Ekonomi Syariah	0	0	0
Jumlah			263	254	234
Total Jumlah			1.229	1.204	965

(Sumber Data: Sub Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Institut Agama Islam Negeri Curup)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa disetiap fakultas mengalami penurunan, tidak ada fakultas yang mengalami peningkatan. Adapun fakultas yang memiliki banyak minat mahasiswa yaitu fakultas tarbiyah. Kemudian dari jumlah keseluruhan pendaftar mahasiswa baru pada tahun 2019/2020 mencapai 1.129, pada tahun 2020/2021 mencapai 1.204 dan pada tahun 2021/2022 mencapai 965 mahasiswa baru. Sehingga dapat diketahui

bahwa selama tiga tahun terakhir ini jumlah mahasiswa baru di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup mengalami penurunan.<sup>79</sup>

Berikut ini merupakan data pendaftaran mahasiswa baru Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup tahun 2019-2020) sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Daftar Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Tahun 2019-2020**

NO	TAHUN	JUMAH
1	2019	54
2	2020	42
3	2021	48
Total Jumlah		144

*(Sumber Data: Sub Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Institut Agama Islam Negeri Curup)*

Dari tabel diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya mahasiswa baru di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan dan kenaikan yang tidak signifikan.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Dokumentasi Sub Bagian Administrasi dan Kemahasiswaan IAIN Curup, 13 April 2023

<sup>80</sup> Dokumentasi Sub Bagian Administrasi dan Kemahasiswaan IAIN Curup, 13 April 2023



## **2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemograman) Strategi Humas dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**

Dari hasil temuan penelitian yang ditemukan dilapangan, bahwa perencanaan strategi humas dilaksanakan sudah berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan. Dengan adanya perencanaan yang telah ditetapkan diawal, sehingga dapat meminimalisir kegagalan atau problem-problem yang ditemui saat pelaksanaannya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak R selaku Kepala Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat menyatakan bahwa:

“Dalam hal ini, perencanaan strategi humas melalui beberapa tahapan yaitu diantaranya pemilihan tim PMB secara langsung yang terdiri dari humas, prodi, dosen dan organisasi mahasiswa daerah. Kemudian menentukan waktu, tempat, program dan strategi humas yang akan dilaksanakan serta mengadakan evaluasi diakhir kegiatan.

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak EC selaku Staf Humas, beliau menyatakan bahwa :

“Dalam menjalankan sebuah strategi itu harus adanya perencanaan seperti halnya, bagaimana strateginya, program seperti apa yang akan disampaikan kemudian kapan dan dimana akan dilaksanakannya strategi tersebut serta harus memikirkan dampak dari semua strategi yang disusun. Selain itu juga media apa saja yang perlu digunakan untuk menyebarkan informasi terkait IAIN Curup itu sendiri.”<sup>81</sup>

Selanjutnya disampaikan oleh Bapak S selaku panitia penerimaan mahasiswa baru, sebagai berikut:

“Salah satu strateginya yaitu dengan adanya promosi beasiswa untuk mahasiswa yang berprestasi dan kurang mampu. mahasiswa yang berprestasi akan diterima tanpa tes baik prestasi tingkat nasional maupun internasional dan juga bagi seorang tahfidz. Selain itu juga

---

<sup>81</sup> Eko Carles, *Wawancara Pembantu Humas IAIN Curup*, 16 Maret 2023

akreditasi serta fasilitas kampus sangat menunjang ketertarikan mahasiswa.”

Selain itu juga dijelaskan oleh Bapak Irwan Fathurrochman selaku Dosen

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam :

“Untuk meningkatkan jumlah mahasiswa di Prodi MPI harus ada inovasi, promosi dan sosialisasi dari pengelola program studi, terutama ketua dan sekretaris prodi harus melibatkan mahasiswa atau hmps yang aktif dalam sosialisasi dan promosi untuk penerimaan calon mahasiswa baru. Selain itu juga harus ada campur tangan dari pimpinan baik dekan maupun unsur rektorat.”<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa, sebelum melaksanakan strategi hal pertama yang harus dilakukan yaitu menyusun rencana dengan baik dan matang agar pelaksanaan dapat berjalan sesuai tujuan yang diharapkan.

Humas juga tidak lepas dari peran dan fungsinya. Langkah-langkah strategi humas untuk menarik minat mahasiswa baru diantaranya dengan melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam bidang :

- 1) Akademik, berupa akreditasi kampus dan jurusan yang telah dicapai.
- 2) Sumber Daya Manusia (SDM), kualitas dari tenaga pendidik dari berbagai kalangan profesor, doktor, dan dosen dari berbagai jurusan yang ada.
- 3) Kemahasiswaan, banyaknya pencapaian prestasi-prestasi yang dimiliki oleh mahasiswa baik lokal, nasional maupun internasional.

---

<sup>82</sup> Irwan Fathurrochman, “Wawancara Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam”. 1 Maret 2023

4) Kerjasama, berupa kerjasama dengan berbagai media-media, konvensional, radio, media cetak dan pengembangan media sosial.

Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak SB selaku Ketua Prodi Manajemen

Pendidikan Islam :

“Strategi untuk menarik minat calon mahasiswa baru yaitu dengan meningkatkan personal branding mahasiswa, menyampaikan prestasi-prestasi yang diraih oleh mahasiswa, meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana perkuliahan serta menyampaikan kegiatan-kegiatan akademik kepada masyarakat melalui facebook, instagram, youtube maupun website prodi tersebut.”<sup>83</sup>

Upaya publikasi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dilakukan dengan berbagai media. Dengan penggunaan media sosial khususnya facebook dinilai cukup dominan dan efektif dalam penerapan strategi humas. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Eko Carles adalah:

“Media sosial paling banyak diakses oleh masyarakat itu adalah facebook, karena *feedback* yang didapatkan lebih banyak dari pada media sosial lainnya. Selain itu juga, humas tentu tidak terlepas dari media sosial yang ada, dikarenakan semua kegiatan ataupun informasi yang ada di kampus harus disebarluaskan di semua media sosial agar tersampaikan kepada masyarakat.”<sup>84</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial sangat berperan penting dalam proses strategi humas, hal tersebut dikarenakan media sosial membantu humas untuk meningkatkan daya tarik sebuah informasi yang nantinya akan berefek positif bagi perkembangan institusi.

---

<sup>83</sup> Irwan Fathurrochman. “*Wawancara Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam*”. 1 Maret 2023

<sup>84</sup> Eko Carles. “*Wawancara Staf Humas IAIN Curup*”, 16 Maret 2023

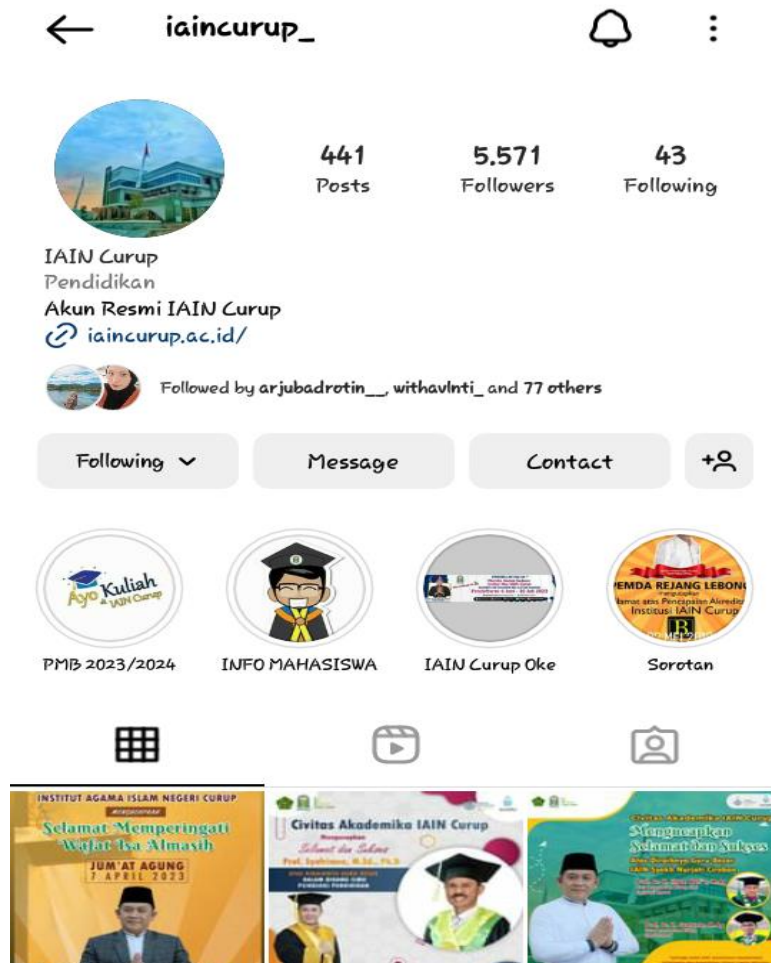
Berikut ini media sosial resmi yang digunakan sebagai media publikasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup :

1. Menggunakan Facebook



(Gambar 4.1 Facebook IAIN Curup)

## 2. Menggunakan Instagram



(Gambar 4.2 Instagram IAIN Curup)

Selain media sosial facebook dan instagram, media publikasi lainnya yang digunakan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup diantaranya website dan youtube. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Dede Sihabudin yaitu :

“Selain menggunakan media sosial, humas juga menggunakan website dan youtube untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang berita terbaru yang ada di IAIN Curup. dengan adanya youtube, humas dapat mengupload video menarik atau informasi seputar kampus untuk menarik simpati publik.”<sup>85</sup>

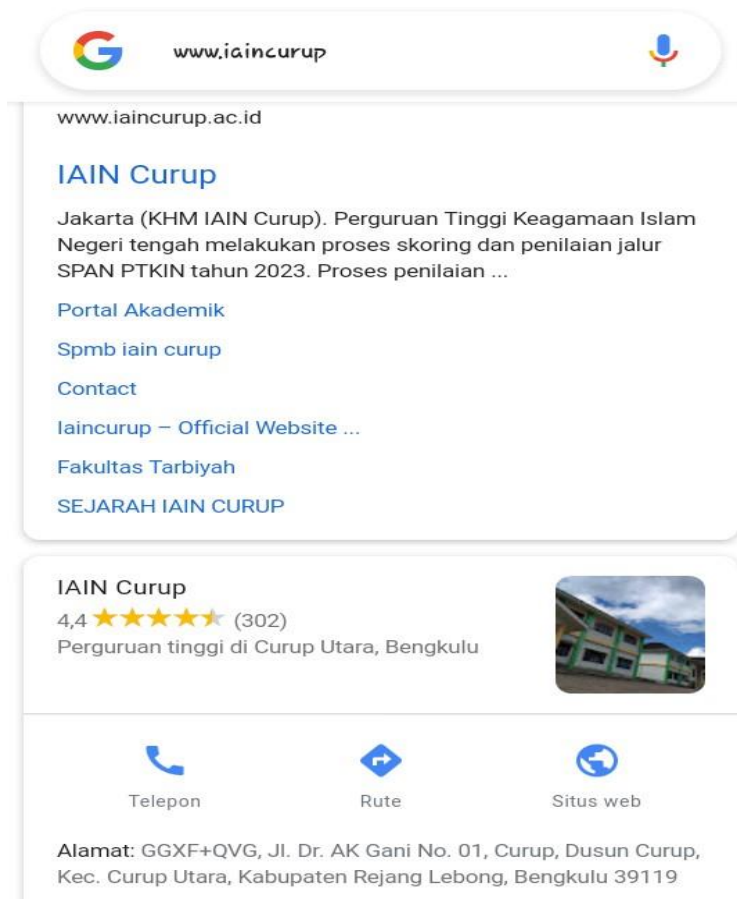
<sup>85</sup> Dede Sihabudin, “Wawancara Pembantu Humas”, 30 April 2023

### 3. Menggunakan Youtube



(Gambar 4.3 Youtube Humas IAIN Curup)

#### 4. Menggunakan Website



(Gambar 4.4 Website IAIN Curup)

Penulis berkesimpulan bahwa dalam menjalankan tugas dan fungsinya humas sudah berjalan dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari tanggungjawab humas yang harus menyebarluaskan informasi terkait perguruan tinggi kepada publik. Selain media tersebut yang digunakan dalam strategi humas, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup juga menggunakan poster atau pamflet sebagai media promosi untuk menarik minat mahasiswa masuk Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

## 5. Poster promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**  
 Jln. Dr. A.K. Gani No. 91, Curup, Dusun Curup, Curup Utara, Rejang Lebong Bengkulu 39119

**PENERIMAAN MAHASISWA BARU**  
 TAHUN AKADEMIK 2023/2024

**Ayo Kuliah di IAIN Curup**

**Jalur Masuk**

Seleksi Prestasi Akademik Nasional  
 Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri  
[www.span-ptkin.ac.id](http://www.span-ptkin.ac.id)

- Pendaftaran Sekolah (PDSO) : 17 Januari - 15 Februari 2023
- Pendaftaran Siswa : 16 Februari - 04 Maret 2023
- Pengumuman Hasil Seleksi : 03 April 2023
- Daftar Ulang : 04-30 April 2023

Ujian Masuk  
 Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri  
[www.um-ptkin.ac.id](http://www.um-ptkin.ac.id)

- Pendaftaran : 10 April - 15 Mei 2023
- Ujian : 29 Mei - 08 Juni 2023
- Pengumuman Hasil Ujian : 23 Juni 2023
- Daftar Ulang : 24 Juni - 15 Juli 2023

Ujian Masuk Mandiri Institut Agama Islam Negeri Curup  
[smb.iaincurup.ac.id](http://smb.iaincurup.ac.id)  
[www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id)

**FAKULTAS TARBIYAH**

- (S1) Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI)
- (S1) Program Studi Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
- (S1) Program Studi Tadris Bahasa Inggris (TBI)
- (S1) Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (MI)
- (S1) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
- (S1) Program Studi Bimbingan Konseling dan Pendidikan Islam (BKPI)
- (S1) Program Studi Tadris Matematika
- (S1) Program Studi Tadris Bahasa Indonesia
- (S1) Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini
- Program Studi Pendidikan Profesi Guru (PPG)

**FAKULTAS SYARIAH EKONOMI ISLAM**

- (S1) Program Studi Hukum Keluarga Ahwal Syakisyah
- (S1) Program Studi Hukum Tata Negara Islam
- (S1) Program Studi Perbankan Syariah
- (S1) Program Studi Ekonomi Syariah
- (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES)

**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

- (S1) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
- (S1) Program Studi Ilmu Al-qur'an Tafsir (IAT)
- (S1) Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI)
- (S1) Program Studi Prodi Ilmu Perpustakaan

**PROGRAM PASCASARJANA**

- (S2) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
- (S2) Program Studi Pendidikan Agama Islam
- (S2) Program Studi Hukum Keluarga Islam
- (S2) Program Studi Bimbingan Konseling dan Pendidikan Islam (BKPI)
- (S2) Program Studi Pendidikan Bahasa Arab
- (S3) Program Studi Pendidikan Agama Islam

**Layanan Informasi**  
 +62 821-8000-3800 / +62 852-1126-6225 / +62 822-4597-4078

[www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id) | [ppg@iaincurup.ac.id](mailto:ppg@iaincurup.ac.id) | [iain Curup](https://www.facebook.com/iaincurup) | [iain Curup](https://www.instagram.com/iaincurup) | [iain Curup](https://www.youtube.com/channel/UC...) | HUMAS IAIN Curup

(Gambar. 4.5 Poster Penerimaan Mahasiswa Baru)



### 3. Pelaksanaan Kegiatan (*Communicating*) Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa.

Dalam hal ini, yaitu mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan ditentukan seperti yang dilakukan oleh Humas dan

Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru. Adapun tindakan yang dilakukan humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak S yaitu :

“Bentuk pelaksanaan dari strategi humas ini yaitu adanya kerjasama dengan media massa dan juga media online. Itu semua dilakukan untuk memublish berbagai informasi terkait institusi agar sampai di masyarakat, selain itu juga menggunakan poster dan pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum.”<sup>86</sup>

Lain halnya yang disampaikan oleh Bapak SB selaku ketua program studi manajemen pendidikan islam, yaitu:

“Untuk menarik minat calon mahasiswa baru masuk di Prodi MPI, terlebih kami memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa yang ada dengan tidak mempersulit urusan mahasiswa. Bahkan, tidak sedikit mahasiswa dari Prodi lain pindah ke Prodi MPI. Sehingga dengan pelayanan baik yang diberikan oleh Prodi kepada mahasiswa dapat dijadikan sebagai bahan sosialisasi oleh mahasiswa-mahasiswa Prodi MPI kepada calon mahasiswa baru.”<sup>87</sup>

“Selain itu, strategi yang dilakukan oleh Prodi yaitu dengan melakukan pendekatan kepada mahasiswa dan juga alumni untuk menyampaikan informasi terkait program studi Manajemen Pendidikan Islam yang ada di IAIN Curup. Kemudian melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook dan instagram dengan share berbagai informasi atau brosur tentang penerimaan mahasiswa baru salah satunya pada Prodi Manajemen Pendidikan Islam.”<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> Sagiman, “Wawancara Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru”, 30 Maret 2023

<sup>87</sup> Syaiful Bahri. “Wawancara Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam”. 28 Februari 2023

<sup>88</sup> *Ibid.* 28 Februari 2023

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan-tujuan dan fungsi humas di IAIN Curup dapat dicapai karena adanya hubungan dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan anggotanya, terlihat dari partisipasi pimpinan maupun anggota dalam merencanakan strategi dan juga seluruh anggota humas serta panitia terarah dalam melaksanakan tugas masing-masing.

Dalam membangun citra kampus IAIN Curup tentunya humas maupun civitas kampus melakukan berbagai kegiatan yang dapat menarik simpati masyarakat. Membangun citra positif kampus bukanlah hal yang mudah, karena memerlukan kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak baik internal maupun eksternal. Menjalin komunikasi yang baik dengan instansi-instansi yang ada disekitar kampus maupun luar daerah baik instansi pemerintah daerah ataupun instansi yang berhubungan dengan kampus. Sehingga untuk menarik calon mahasiswa baru dapat dipublikasikan tepat sasaran dan tepat waktu.

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Bapak EC sebagai berikut:

“Salah satu strategi yaitu dengan melakukan pendekatan tokoh-tokoh penting sebagai penyampaian sosialisasi terhadap penerimaan mahasiswa baru. Selain itu juga melakukan pendekatan melalui alumni, dengan menyampaikan informasi-informasi tentang kampus atas pencapaian prestasi-prestasi yang ada agar adanya ketertarikan untuk masuk di IAIN Curup.”<sup>89</sup>

Lain halnya dengan yang disampaikan oleh Bapak D selaku pembantu

humas yaitu:

“Dalam pelaksanaan strategi humas, tentu banyak sekali promosi-promosi yang digunakan. Salah satunya yaitu dengan melakukan

---

<sup>89</sup> Eko Carles, “Wawancara Staf Humas IAIN Curup”. 16 Maret 2023

pemasangan spanduk-spanduk atau banner di tempat-tempat umum yang mudah dijangkau oleh masyarakat, kemudian berisi tentang IAIN Curup dan penerimaan mahasiswa baru

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keberadaan humas sangat penting terkait peran dan fungsi humas untuk membangun citra positif Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup sangat dibutuhkan, humas juga menjadi garda terdepan sebagai sosialisasi mahasiswa untuk menarik minat dan kemauan siswa melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. selain itu menyebarkan informasi seputar Instansi juga perlu dilakkan agar masyarakat mengetahui segala informasi yang ada.

Berdasarkan hasil wawancara, tugas dan fungsi pokok humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup menurut Bapak Dede Sihabudin yaitu :<sup>90</sup>

1. Tugas Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
  - a. Memberikan kesan baik dan citra positif kepada masyarakat.
  - b. Membangun atau menciptakan simpati terhadap publik.
  - c. Menciptakan ketertarikan.
  - d. Memberikan informasi, pengetahuan dan penjelasan.
2. Fungsi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
  - a. Membangun kondii publik untuk menerima kebijakan lembaga atau penyebaran informasi.
  - b. Mengoreksi informasi dan pendapat publik yang tidak tepat tentang lembaga.

---

<sup>90</sup> Dede Sihabudin, "Wawancara Pembantu Humas". 30 April 2023

#### **4. *Evaluating* (Evaluasi) Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa.**

Evaluasi merupakan proses melakukan penemuan informasi dan penetapan informasi yang dipaparkan secara sistematis tentang perencanaan, pelaksanaan, tujuan, manfaat dan kesesuaian sesuatu dengan kriteria dan tujuan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan atas program yang telah dilaksanakan.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Sagiman, M. Kom selaku panitia penerimaan mahasiswa baru:

“Pelaksanaan evaluasi dilaksanakan dengan melibatkan seluruh panitia dan civitas akademik guna untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekurangan dalam strategi tahun ini. Hal apa yang perlu kita perbaiki agar lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.”<sup>91</sup>

Dijelaskan oleh Bapak EC, yaitu:

“Adanya evaluasi untuk mengetahui kekurangan apa dan perubahan seperti apa yang akan kita susun kembali di masa yang akan datang. Selain itu, adanya pembenahan terkait publikasi yang harus maksimalkan itu, Jika dalam publikasi ada kekurangan itu yang akan kita perbaiki. Dengan adanya kegiatan evaluasi juga, hal tersebut dapat kita lihat dari sasaran program-program kerja sesuai tupoksi masing-masing. Kemudian apa saja yang menjadi tantangan dan hambatan dalam menjalankan strategi yang telah dilaksanakan agar kedepannya menjadi lebih baik.”<sup>92</sup>

Selanjutnya, telah disampaikan oleh Bapak IF, bahwasannya:

“Selalu ada kegiatan evaluasi disetiap akhir kegiatan tentang strategi pelaksanaan tersebut baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan sampai laporan. Kegiatan ini dijadikan acuan untuk pelaksanaan kegiatan penerimaan mahasiswa baru di tahun yang akan datang.”<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Eko Carles, “*Wawancara Staf Humas IAIN Curup*”. 16 Maret 2023

<sup>92</sup> Dede Sihabudin, “*Wawancara*”. 30 Maret 2023

<sup>93</sup> Sagiman, “*Wawancara Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru*”. 30 Maret 2023

Berdasarkan hasil wawancara diatas penulis berkesimpulan bahwa panitia PMB sudah melakukan tugas dan tanggungjawab dalam pelaksanaan strategi humas. Selain itu, publikasi juga sangat penting dalam pelaksanaan strategi humas, humas harus aktif dalam menyebarluaskan informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat. Dan juga dengan adanya kegiatan evaluasi dapat mengetahui sampai sejauh mana strategi yang telah direncanakan dan dilaksanakan tersebut telah berjalan dengan efektif atau tidak dan mengetahui apa saja yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan strategi tersebut sehingga dapat menyusun kembali rencana yang lebih baik untuk kedepannya.

#### **5. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

Berdasarkan hasil uraian wawancara dapat diketahui bahwa keberhasilan strategi humas (*public relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa tidak terlepas dari faktor pendukung. Sementara pendukung dalam implementasi strategi tidak terlepas dari beberapa faktor penghambat. Adapun yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa yaitu dari segi internal dan eksternal.

Menurut Bapak Eko Carles bahwa faktor pendukung dalam menjalankan strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa, yaitu :

“Dalam menjalankan suatu strategi kita harus mempertimbangkan faktor pendukung sebelum menetapkan strategi yang akan kita laksanakan, faktor

pendukung kita bagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.”<sup>94</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa, dalam menjalankan strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup terdapat faktor pendukung dan penghambat.

## 1. Faktor Pendukung

### a) Faktor Internal

Faktor Internal adalah segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa yang berasal dari dalam kampus itu sendiri. Faktor internal sangat mendukung dan berpengaruh dalam upaya meningkatkan kuantitas mahasiswa baru. Adapun faktor internal yang dijelaskan oleh Bapak EC yaitu :

“Adanya dukungan serta kerjasama dari pimpinan kampus, seluruh pihak-pihak dari fakultas dan ketua masing-masing prodi, Semangat humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang menjadi garda terdepan sebagai sosialisasi untuk menarik minat dan kemauan siswa serta Fasilitas sarana dan prasarana yang cukup memadai”.

Berdasarkan wawancara yang disampaikan oleh D selaku mahasiswa prodi MPI semester 5, bahwasannya:

“Sebagai mahasiswa Prodi MPI, biaya kuliah di IAIN Curup ini sangatlah terjangkau bagi saya, sehingga dengan memiliki biaya

---

<sup>94</sup> Eko Carles, “Wawancara Pembantu Humas IAIN Curup”. 16 Maret 2023

kuliah yang rendah dapat mengurangi beban bagi para orangtua yang membiayai pendidikan anaknya.”<sup>95</sup>

Sama halnya yang dijelaskan oleh Y selaku mahasiswa semester 8, yaitu :

“Selain sarana dan prasarana yang lengkap, biaya kuliah yang murah juga menjadi daya tarik bagi siswa-siswi yang ingin melanjutkan perkuliahan. Hal tersebut dikarenakan dizaman sekarang ini jarang ada kampus yang memiliki biaya kuliah murah, tetapi di IAIN Curup termasuk kampus yang memiliki biaya kuliah sangat terjangkau bagi masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikannya.”<sup>96</sup>

Dari ketiga hasil wawancara diatas, dapat peneliti simpulkan bahwasannya selain adanya dukungan dari semua pihak kampus dan sarana prasarana yang memadai. Biaya kuliah juga dapat mempengaruhi daya tarik mahasiswa untuk masuk di Instansi tersebut, menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan kuantitas mahasiswanya.

#### b) Faktor Eksternal

Faktor pendukung eksternal merupakan faktor pendukung yang berasal dari luar. Keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung, media merupakan sarana penyampian informasi dan apresiasi masyarakat. peran media sangat bermanfaat atau menjadi sarana yang bermanfaat. Peran media yang sangat strategis dianggap sebagai sarana yang paling efektif untuk penyebarluasan informasi terkait kegiatan dan

---

<sup>95</sup> Deni Satria, *Wawancara Mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam*. 15 Juli 2023

<sup>96</sup> Yuli Ferbi Ynti, *“Wawancara Mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam”*. 16 Juli

kebijakan kampus. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Eko Carles, S.Pd.I, MA :

“Humas yang selalu berhubungan dengan masyarakat atau stakeholder lainnya tentu tidak bisa terlepas dari media massa yang menjadi konsumsi bagi masyarakat kini. Selain itu juga tokoh alumni sehingga hal tersebut dapat menyampaikan informasi yang luas kepada masyarakat.”<sup>97</sup>

Juga disampaikan oleh Bapak DS selaku staf humas bahwasannya :

“Berkaitan dengan fungsi humas sendiri, tentu humas menyampaikan berbagai informasi terkait Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup kepada masyarakat dengan menggunakan media seperti instagram, facebook, youtube dan website humas itu sendiri.”<sup>98</sup>

## 2. Faktor Penghambat

Dalam pelaksanaan strategi humas (*public relations*) IAIN Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa, selain adanya faktor pendukung tentu ada faktor yang menghambat strategi tersebut. Adapun faktor penghambat yang disampaikan oleh Bapak S selaku panitia Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) yaitu :

“Banyak orang yang belum memahami betul tentang prodi-prodi yang ada di IAIN Curup, terkadang juga ada sekolah yang tidak menerima pihak kampus untuk sosialisasi dikarenakan kesibukan yang ada di sekolah. Juga dalam media sosial tidak semua siswa ataupun masyarakat mencari informasi mengenai pendidikan.”<sup>99</sup>

Dijelaskan juga oleh Bapak IF selaku Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam, bahwasannya :

---

<sup>97</sup> Eko Carles, “Wawancara Pembantu Humas IAIN Curup”. 16 Maret 2023

<sup>98</sup> Dede Sihabudin, “Wawancara”. 30 Maret 2023

<sup>99</sup> Sagiman, “Wawancara Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru”. 30 Maret 2023



“Salah satu faktor penghambat nya adalah sarana dan prasarana yang kurang memadai seperti kurangnya lokal belajar dikarena kan banyaknya mahasiswa, selain itu juga UKT masih dianggap tinggi oleh calon mahasiswa, bahwa sebenarnya itu sudah paling rendah diantara perguruan-perguruan lain.”<sup>100</sup>

Sebagaimana telah disampaikan juga oleh Bapak EC yaitu :

“Yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi untuk meningkatkan kuantitas mahasiswa salah satunya adalah keterbatasan alat atau perangkat yang digunakan untuk sosialisasi.”<sup>101</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan strategi terdapat faktor pendukung dan penghambat, baik secara internal maupun eksternal. Yang menjadi faktor pendukung berjalannya strategi yaitu dengan adanya dukungan dan kerjasama dari pihak kampus serta mayarakat sekitar.

### C. Pembahasan

Mengkaji dari hasil observasi dan hasil wawancara yang peneliti peroleh dari informan yang bersangkutan mengenai strategi humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, yang dilengkapi dengan dokumentasi pendukung hasil temuan dengan memadukan tiga teknik pengumpulan data (wawancara, observasi dan dokumentasi), adapun fokus pembahasan dari hasil temuan yang dipaparkan secara deskriptif tentang strategi humas (*public relations*) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa meliputi: *fact finding* (mengumpulkan data awal tentang publik), *planning and programming* (perencanaan dan pemrograman

---

<sup>100</sup> Irwan Fathurrochman, “Wawancara Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam”. 1 Maret 2023

<sup>101</sup> Eko Carles, “Wawancara Staf Humas IAIN Curup”, 16 Maret 2023

strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa), *communicating* (pelaksanaan kegiatan) dan *evaluating* (mengevaluasi strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa).

Sesuai dengan hasil temuan peneliti terkait strategi humas (*public relations*) Institut Agama Islam Negeri Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa, kemudian peneliti melakukan analisis hasil temuannya dengan dasar kajian teori dan fakta-fakta yang terdapat di lapangan. Baik dari hasil wawancara, observasi hingga dokumentasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Adapun hasil penelitian diantaranya:

**1. Pengumpulan data awal (*Fact Finding*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa program studi manajemen pendidikan islam.**

Dalam menyelesaikan masalah yang ada pada publik ataupun organisasi itu sendiri, humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dapat memecahkan permasalahan yang ada dengan berbagai solusi untuk mengatasinya. Terkait media sosial, humas mengikuti perkembangan zaman yang menjadi daya tarik bagi masyarakat, seperti halnya dengan membuat konten menarik agar dapat diakses oleh masyarakat yang kurang tertarik untuk membaca. Selain itu, panitia harus memastikan bahwasannya jangan ada mahasiswa yang membatalkan dirinya yang sudah terdaftar ataupun lulus di program studi.

## **2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemograman) Strategi Humas dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**

Perencanaan strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa sudah berjalan dengan baik meskipun terdapat hambatan-hambatan. Hal ini sesuai dengan tahapan-tahapan perencanaan yang disusun, namun terdapat beberapa perubahan perencanaan disetiap tahun dengan mengikuti perkembangan zaman. Perencanaan tersebut hanya sebatas membahas strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa untuk tahun berikutnya dan referensi yang akan digunakan selama proses sosialisasi. Hal ini dilakukan setiap tahun ajaran baru dengan melibatkan seluruh aktivis kampus yaitu : Rektor, Humas, Ketua Prodi, Panitia PMB, dan Organisasi Mahasiswa.

Proses perencanaan dan penetapan program humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa, mencakup langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membentuk tim panitia penerimaan mahasiswa baru
2. Menentukan waktu, tempat, program, target dan strategi humas yang akan dilakukan.
3. Merencanakan media promosi dan seluruh program strategi humas yang akan dilakukan.
4. Melakukan evaluasi hasil kegiatan.

Hal tersebut sama halnya dengan yang disampaikan oleh Anggoro, keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan

saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau amatiran.<sup>102</sup>

### **3. Pelaksanaan Kegiatan (*Communicating*) Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa.**

Dalam tahap ini untuk mencapai tujuan-tujuan dan fungsi humas di IAIN Curup dapat dicapai dengan adanya hubungan dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan anggotanya. Selain itu juga, humas dengan langsung melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh penting sebagai penyampaian sosialisasi terkait penerimaan mahasiswa baru, melakukan pendekatan melalui alumni, dengan menyampaikan informasi-informasi tentang kampus atas pencapaian prestasi-prestasi yang ada agar adanya ketertarikan untuk masuk di IAIN Curup. Selain itu, dengan memberikan pelayanan yang baik tanpa mempersulit urusan mahasiswa dan juga melakukan pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum untuk bisa diketahui masyarakat. Dijelaskan oleh Cutlip, Center, Broom dalam Rachmat (2012:5) Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> Tutut Sholihah, "*Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu*". hal. 74

<sup>103</sup> Agnia Nur Indah Sari, "*Strategi Komunikasi Public Relations Pt.Telkom Regional 3 Jabar Dalam Mempertahankan Brand Image Pada Konsumen Indihome Di Kota Bandung*". hal 23

#### **4. *Evaluating* (Evaluasi) Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa.**

Evaluasi ini dilakukan guna untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan yang telah dilakukan dan memperbaiki hal-hal yang perlu diperbaiki. Baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan sampai pada laporan. Dengan adanya evaluasi dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi humas, sehingga dapat menyusun rencana yang lebih baik untuk tahun kedepannya.

Pernyataan hasil penelitian diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Cutlip, dalam mengelola program kerja pada sebuah perguruan tinggi, idealnya diawali dengan sebuah riset yang dapat menemukan data dan fakta di lapangan, sehingga proses perencanaan dan pemrogramannya dapat tepat guna sasaran. Selain itu dibutuhkan strategi aksi dan komunikasi yang sesuai perencanaan sehingga akan memperoleh hasil yang maksimal. Pada akhir proses pengelolaan aktivitas *public relations* dilakukan kembali riset sebagai sebuah evaluasi. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai *input* untuk melakukan tahap perencanaan selanjutnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa program *public relations* terjaga keberlanjutannya. *Public relations* sebagai alat manajemen modern, secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan, kinerjanya menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi dengan publik.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Ike Devi Sulistyanyngtyas, "*Peran Strategi Public Relations di Perguruan Tinggi.*" hal. 140

## **5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**

Berbicara mengenai strategi humas, pastinya ada pasang surut dari usaha yang dilaksanakan oleh humas. Faktor pendukung dan penghambat pun menjadi salah satu fakto keberhasilan dari usaha yang dijalankan oleh humas IAIN Curup. Adapun faktor pendukung dan penghambat sebagai berikut :

Faktor pendukung dari penerapan strategi humas. *Pertama*, adanya fasilitas yang memadai. *Kedua*, adanya dukungan serta kerjasama dari pihak kampus, fakultas dan prodi. *Ketiga*, adanya media sosial. Dengan adanya media sosial sangat membantu humas IAIN Curup untuk menyebarkan informasi mengenai IAIN Curup agar lebih mudah dan efisien. *Keempat*, adanya hubungan baik antara humas dan media publik serta masyarakat sekitar. Sehingga mempermudah untuk menyampaikan informasi secara langsung maupun tidak langsung. *Kelima*, biaya kuliah yang terjangkau.

Faktor penghambat dari penerapan strategi humas. *Pertama*, sarana dan prasarana yang kurang memadai. *Kedua*, sekolah menolak pihak IAIN Curup melaksanakan sosialisasi di sekolah dikarenakan kepentingan sekolah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengumpulan data awal (*fact finding*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Dalam hal ini, humas ataupun panitia penerimaan mahasiswa baru harus terlebih dahulu menganalisis permasalahan yang ada, baik dari segi internal maupun eksternal. Humas juga harus memanfaatkan media sosial guna mengikuti perkembangan zaman.
2. Perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa yaitu dengan menentukan sasaran instansi dan masyarakat umum, menentukan media publikasi seperti *facebook*, *instagram*, *website*, *youtube*, melaksanakan sosialisasi, dan melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Pelaksanaan kegiatan (*communicating*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Setelah melakukan perencanaan dari strategi ataupun program-program promosi, dapat dilaksanakan pendekatan dengan tokoh masyarakat, alumni dan mahasiswa untuk memberikan informasi kepada orang lain terkait instansi tersebut. Selain itu juga dengan melakukan sosialisasi ke

sekolah-sekolah, memberikan program beasiswa, pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum dan tentunya melakukan publikasi.

4. Evaluasi (*evaluating*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Evaluasi ini dilakukan guna untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan yang telah dilakukan dan memperbaiki hal-hal yang perlu diperbaiki. Baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan sampai pada laporan. Dengan adanya evaluasi dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi humas, sehingga dapat menyusun rencana yang lebih baik untuk tahun kedepannya.
5. Faktor pendukung dan penghambat strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa yaitu: Faktor Pendukung sebagai berikut: *pertama*, Fasilitas yang memadai dalam melaksanakan sosialisasi; *kedua*, Adanya dukungan dan kerjasama dari pimpinan kampus, fakultas dan prodi; *ketiga*, Adanya media sosial yang membantu menyampaikan informasi kepada masyarakat; *keempat*, Menjalin hubungan yang baik antara humas, media publik dan masyarakat. *Kelima*, biaya kuliah yang terjangkau. Sedangkan faktor penghambatnya, sebagai berikut: *pertama*, kurangnya sarana prasarana yang memadai. *Kedua*, beberapa sekolah menolak pihak kampus melakukan sosialisasi dikarenakan kepentingan sekolah. *Ketiga*, banyaknya masyarakat yang belum memahami terkait program studi.



## **B. Saran**

1. Humas dalam menjalankan peran dan fungsinya agar lebih proaktif dan imajinatif dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, sehingga peranan dan fungsi humas terlihat lebih maksimal.
2. Kepada pihak Tim Promosi supaya mengadakan pelatihan dan pengembangan terhadap anggota tim promosi sehingga lebih berkompeten dalam mempromosikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Untuk penulis atau peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh penulis atau peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga mendapat hasil yang maksimal. Dan referensi yang digunakan dalam penulisan akhir ini sangat terbatas, maka puntuk penulis atau peneliti selanjutnya diharapkan menambah referensi sehingga laporan tugas akhir atau skripsi lebih baik dari segi teori maupun hasil penelitian dilapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhoyo, T.E. (2013) *“Peran dan Strategi Humas (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan.”*
- Arfah, Siti. (2018) *“Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Jumlah mahasiswa Baru”*. Al-Bayan : Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam, Vol. 1 No. 1
- Ariani, Reny. (2016) *“Peran Public Relations dalam Manajeme Isu di UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM dalam Mengeola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM).”* Diss. Universitas Gadjah Mada,
- Artis, Artis. (2018) *“Strategi Komunikasi Public Relations.”*
- Aryawan, I Wayan. (2022) *“Implementasi Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Dwijendra.”* Widya Accarya 13.1
- Datuela, Agnes. (2013) *“Strategi Public Relations Pt. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.”* Acta Diurna Komunikasi 2.1
- Dharmawansyah, Surya, Hafied Cangara, Muhammad Iqbal Sultan. (2014) *“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar.”* (Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi)
- Gobel, Sutrisno, Sitti Roskina Mas and Arifin Arifin. (2020) *“Strategi Kepala Sekolah Dalam Pnguatan Karakter Religiusitas.”* Jambura Journal Of Educational Management
- Gojali, Taufan. (2019) *“Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik TMKM Karawang.* (Media Mahardika Vol. 17 No. 2)
- Hadi, Abdul. (2018) *“Perkembangan dan Konsep dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis.”*
- Hadi, Amirul, Haryono. (1998) *“Metodologi Penelitian Pendiidikan”*, (Jakarta: Pustaka Setia)
- Hamzah, Amir (2019) *“Metode Penelitian Kualitatif.”* (Malang: Literasi Nusantara)
- Hariati, Puji, R. Meylia Elizabeth. (2014) *“Strategi Manajemen Humas Dalam Penerimaan Siswa Baru di SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombangtahun Ajaran 2014/2015.”*

<http://www.pendaftaranmahasiswa.web.id/2016/05/pendaftaran-online-stain-curup-ta.html>, diambil pada tanggal 10 Januari 2022.

Huda, Miftahul. (2018) "*Evaluasi Usability Website Stie Putra Bangsa Sebagai Media Informasi Perguruan Tinggi.*" *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* 6.2

Ilmiati, Novi Rahma. (2016) "*Peran Public Relations dalam Konstruksi Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Yogyakarta.*"

Irmawan, Yulfi Bagus, Erny Roesminingsih. (2022) "*Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi.*"

Ishaq, Ropingi El. (2017) "*Public Relations Teori dan Praktik* (Malang, Jatim : Intrans Publishing)

Jejen, Musfah. (2015) "*Manajemen Pendidikan; Teori, Kebijakan dan Praktik.*" (Jakarta: Prenadamedia Group)

Kartikasari, Elvira, Anisa Dianti. "*Strategi Publikasi Unit Pengelolaan Informasi Majapahit dalam Menyampaikan Informasi di Masa Pandemi Covid.*"

Khoerunnisa, Rissa, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif. (2018) "*Aktivitas Kampanya Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman.*"

Kuswara, Ayang Deni. (2016) "*Peranan Public Relations DKM Masjid Besar Asy-Syuhada dalam Meningkatkan Minat Ibadah Masyarakat Cikampek.*"

Mardalis. (2003) "*Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal.*" (Jakarta: Bumi Aksara)

Mulyadi, Slamet. "*Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul.*"

Mundir, Abdillah. (2015) "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah.*" *Jurnal Ekonomi Islam*

Rachmadi, F. (1992) "*Public Relations dalam Teori Dan Praktek : Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah.*" (Gramedia Pustaka Utama)

Ramdani, Fatwa. (2018) "*Ilmu Geoinformatika: Observasi hingga Validasi.*" (Universitas Brawijaya Press)

Rijali, Ahmad. 2019 "*Analisis Data Kualitatif.*" (Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 17 No. 33:)

Rini, Kurnia Setiyo, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetyo Widodo. (2017) "*Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi.*"

- Rochman, Dwi Nur. (2017) *“Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa.”* IAIN Palangka Raya
- Rumanti, Marisa Assumpta. (2016) *“Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Pratek”* (Jakarta: PT Grasindo)
- Saajidah, Luthfiyyah. (2018) *“Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Kurikulum.”*
- Sari, Agnia Nur Indah, *“Strategi Komunikasi Public Relations Pt.Telkom Regional 3 Jabar Dalam Mempertahankan Brand Image Pada Konsumen Indihome di Kota Bandung”*.
- Sari, Elisabeth Agita, Lina Sinatra Wijaya. (2022) *“Strategi Promosi Melalui Direct Markting untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru.”* (Jurnal Ilmu Komunikasi 17.1)
- Sari, Win Puspita, Asep Soegiarto. .” (2019) *“Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan”*
- Sholihah, Tutut. (2018) *“Strategi Manajemen Humas Dalam Meniptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu.”* Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 3.2
- Sholihah, Tutut. *“Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu”*.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2017) *“Manajemen Sumber Daya Manusia.”* (Jakarta: PT Bumi Aksara)
- Sinuhaji, Oryza Sativa, Sofa D Alfian. (2016) *“Artikel Review: Sumber Data dalam Farmakoepidemiologi.”* (Farmaka Vol. 14 No. 2)
- Sugiono. (2018) *“Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif”* (Bandung: Alfabeta)
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2010) *“Metode Penelitian Pendidikan”* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya)
- Sulistyaningtyas, Ike Devi, *“Peran Strategi Public Relations di Perguruan Tinggi.*
- Sumarto, Sumarto. (2018) *“Peran Dan Kredibilitas Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (Ban S/M) Mewujudkan Sekolah Efektif Melalui Manajemen Mutu.”* Jurnal Literasiologi 1.1

- Syakur, Abdul, Redi Panuju. (2020) "*Peran Strategis Public Relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi : Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya.*" Brilliant : jurnal riset dan konseptual 5.1
- Syukri, Sumarni. (2020) "*strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di universitas muhammadiyah makassar*"
- Thoha, Mohammad, Ika Nurul Jannah. (2018) "*Public Relations dan Pembangunan Citra Agamis (Studi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Membangun Citra Religius di SMPN 1 Pamekasan.*"
- Ujang, Safullah. (2012) "*Manajemen Pendidikan Islam.*"
- Utomo, Pudji. (2005) "*Strategi Public Relation dalam Pelayanan Informasi.*"  
Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi 2.1
- Wiwitan, Tresna, Neni Yuliantina. (2017) "*Strategi Marketing Public Relations Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA.*"  
(Mediator: Jurnal Komunikasi Vol.10 No.1)
- [www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id), diambil pada tanggal 10 Januari 2022
- Yulianto, Agung. (2016) "*Peran Public Relations Officer dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi Jawa Barat.*"
- Yunitasari, Dian. (2019) "*Strategi Promosi Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo* ".
- Zachrofi, Shazrin Syafiq, Tri Fatimah and Wilianda Munthe. (2021) "*Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTS Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhan Batu Utara).*" Edu Society : Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
 FAKULTAS TARBIYAH

Alamat : Jalan Drl. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telpn. (0732) 21010  
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : [admin@iaincurup.ac.id](mailto:admin@iaincurup.ac.id)

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH

Nomor : 544 Tahun 2022

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN 2 DALAM PENULISAN SKRIPSI  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang** :
- Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa, perlu diunjuk dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud ;
  - Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing I dan II ;
- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ;
  - Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup ;
  - Peraturan Menteri Agama RI Nomor : 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup ;
  - Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi ;
  - Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.11/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022 - 2026 ;
  - Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor : 3514 Tahun 2016 Tanggal 21 oktober 2016 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana STAIN Curup ;
  - Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0317 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup ;
- Memperhatikan** :
- Surat Rekomendasi dari Ketua Prodi MPI Nomor : B-89/FT.S/PP.00.9/11/2022
  - Berita Acara Seminar Proposal Pada Hari Kamis, 17 Juni 2022

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan**
- Pertama** :
- Dr. Abdul Schib, S.Pd.L.M. Pd** NIP. 19720520 200312 1 001
  - Siswanto, M.Pd.I** NIDN. 2023078405
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N A M A** : Febriana Sholeha  
**N I M** : 19561015  
**JUDUL SKRIPSI** : Strategi Humas (Public Relations) IAIN Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa
- 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 konten 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** : 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, 23 November 2022

Dekan,



Hamengkubuwono

- Tembusan
- Rektor
  - Hendahan IAIN Curup,
  - Kabag Akademik kemahasiswaan dan kerja sama,
  - Mahasiswa yang bersangkutan,



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
 FAKULTAS TARBIYAH

Jln. 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](mailto:admin@iaincurup.ac.id) Kode Pos 39119

Nomor : 365 /In.34/FT/PP.00.9/2/2023  
 Lampiran : Proposal dan Instrumen  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

06 Februari 2023

Kepada Yth Rektor IAIN Curup

Assalamualaikum Wr, Wb

Dalam rangka penyusunan skripsi S.1 pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Febriana Sholeha  
 NIM : 19561015  
 Fakultas/Prodi : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam  
 Judul Skripsi : Strategi Humas (*Public Relations*) IAIN Curup Dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa  
 Waktu Penelitian : 06 Februari 2023 s.d 06 Mei 2023  
 Lokasi Penelitian : IAIN Curup

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada Mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih

a.n. Dekan  
 Wakil Dekan I,



Dr. Sakur Anshori, S.Pd.I., M.Hum  
 NIP. 19811020 200604 1 002

Tembusan : disampaikan Yth :

1. Rektor
2. Warek 1
3. Ka. Biro AUAK
4. Arsip





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Jl. DR. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010 - 21759 Fax. 21010  
 Homepage: <http://www.iaicurup.ac.id> Email: [admin@iaicurup.ac.id](mailto:admin@iaicurup.ac.id) Kode Pos: 39119

Nomor : 047/In.34/LPPM/PP.00.9/02/2023  
 Lamp : -  
 Prihal : Izin Penelitian

Kepada

Yth. Kasubag Humas IAIN Curup  
 Di

Tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Dalam rangka Penyusunan Skripsi S.1 mahasiswa/i IAIN Curup Tahun 2023, maka Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) memberikan izin penelitian atas nama sebagai berikut

Nama : Febriana Sholeha  
 NIM : 19561015  
 Fakultas/Prodi : Tarbiyah/MPi  
 Jabatan : Mahasiswa/i IAIN Curup  
 Judul Penelitian : Strategi Humas (Public Relations) IAIN Curup Dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa

Demikian izin ini disampaikan, atas kerjasama dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

Curup, 09 Februari 2023  
 Ketua LPPM





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

Jalan Dr. A.K. Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup 39919  
Telepon: (0732) 21010 Faksimili: (0732) 21010  
Website: [www.iaincurup.ac.id](http://www.iaincurup.ac.id) e-mail: [admin@iaincurup.ac.id](mailto:admin@iaincurup.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 974/In.34/HM/OT.00/5/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Riswan, S.Pd.I., M.H.I.  
NIP : 19761215 200212 1 004  
Jabatan : Kepala Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat  
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup)

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Febriana Sholeha  
NIM : 19561015  
Asal Instansi : Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup)  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Fakultas : Tarbiyah

Telah melaksanakan penelitian di HUMAS IAIN Curup dari 06 Februari Sampai dengan 06 Mei 2023 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir SKRIPSI dengan judul: "Strategi Humas (Public Relations) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa".

Demikian Surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.


  
KABAG HUMAS  
H. Riswan, S.Pd.I., M.H.I.  
NIP: 19761215 200212 1 004

**IAIN ERIQJIP**

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	5/10/23	bab 1 - 3		
2	20/10/23	Situasi		
3	24/10/23	Prinsip-prinsip		
4	20/10/23	bab 11 hasil		
5	29/10/23	Prinsip-prinsip dan kerangka		
6	26/10/23	Prinsip bab V		
7	20/10/23	Ace wine		
8				

**IAIN ERIQJIP**

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	28-11-2023	Prinsip-prinsip dan tambahan teori		
2	07/11/2023	Pembahasan materi		
3	30/11/2023	Prinsip-prinsip dan Bab I dan II		
4	03/12/2023	Ace Bab I dan II		
5	22/12/2023	Prinsip-prinsip, materi, dan kerangka		
6	15/12/2023	Tambahan analisis dan Bab II		
7	10/12/2023	Prinsip-prinsip dan tambahan materi		
8	23/12/2023	Ace Wine		

  
IAIN CURUP

**KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI**

NAMA : Febriana Sireha  
 NIM : 19561015  
 FAKULTAS/PRODI : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam


PEMBIMBING I : Dr. Abdul Samud, M.Pd  
 PEMBIMBING II : Siswanto, D.Pd  
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Humas (Public Relations) IAIN Curup dalam Mempertahankan Puanthias Mahasiswa

1 : \_\_\_\_\_  
 2 : \_\_\_\_\_  
 3 : \_\_\_\_\_

\* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

\* Diwajibkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sebalah ini;

\* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diajukan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dibuktikan paling lambat sebelum ujian skripsi.

  
IAIN CURUP

**KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI**

NAMA : Febriana Sireha  
 NIM : 19561015  
 FAKULTAS/PRODI : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam

PEMBIMBING I : Dr. Abdul Samud, M.Pd  
 PEMBIMBING II : Siswanto, M.Pd  
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Humas (Public Relations) IAIN Curup dalam Mempertahankan Puanthias Mahasiswa

1 : \_\_\_\_\_  
 2 : \_\_\_\_\_  
 3 : \_\_\_\_\_

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

Pembimbing I : Dr. Abdul Samud, M.Pd  
 NIP. \_\_\_\_\_

Pembimbing II : Siswanto, M.Pd  
 NIP. \_\_\_\_\_

**SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Riswan, S.Pd.I.,M.H.I  
Jabatan : Kepala Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat  
NIP : 19761215 200212 1 004  
Waktu dan tanggal : Selasa, 28 Februari 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

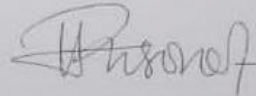
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Febriana Sholcha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



**H. Riswan, S.Pd.I.,M.H.I**  
NIP. 19761215 200212 1 004

### SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eko Carles, S.Pd.I.,MA  
Jabatan : Staf Humas IAIN Curup  
NIP : 19880202 202203 1 001  
Waktu dan tanggal : Kamis, 16 Maret 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

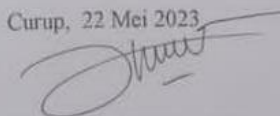
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



Eko Carles, S.Pd.I.,MA  
NIP. 19880202 202203 1 001

### SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Sihabudin, M.Sos  
Jabatan : Direktur FUAD TV/Pembantu Humas  
NIP : 19920310 202203 1 003  
Waktu dan tanggal : Kamis, 30 Maret 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



**Dede Sihabudin, M.Sos**  
NIP. 19920310 2022031 003

### SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sagiman, M.Kom  
Jabatan : Kepala SPI/Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)  
NIP : 19790501 200901 1 007  
Waktu dan tanggal : Kamis, 30 Maret 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



Sagiman, M.Kom  
NIP. 19790501 200901 1 007



**SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. H. Syaiful Bahri, M. Pd  
Jabatan : Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam  
NIP : 19641011 199203 1 002  
Waktu dan tanggal : Selasa, 28 Februari 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



**Dr. H. Syaiful Bahri, M.Pd**  
**NIP. 19641011 199203 1 002**

**SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Irwan Fathurrochman, S.Pd.I., M.Pd  
Jabatan : Ketua LPM/ Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam  
NIP : 19840826 200912 1 008  
Waktu dan tanggal : Rabu, 1 Maret 2023  
Tema : Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas Mahasiswa

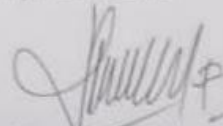
Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 19561015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan ilmu keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Strategi Humas (*Public Relations*) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 22 Mei 2023



Dr. Irwan Fathurrochman, S.Pd.I., M.Pd  
NIP. 19840826 200912 1 008

**SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuli Ferbi Yanti  
Jabatan : Mahasiswa MPI semester VIII  
Waktu dan tanggal : Senin, 17 Juli 2023  
Tema : Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 1956015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 17 Juli 2023



**Yuli Ferbi Yanti**  
NIM. 19561044

**SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deni Satria  
Jabatan : Mahasiswa MPI semester 5  
Waktu dan tanggal : Selasa, 18 Juli 2023  
Tema : Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Febriana Sholeha  
Nim : 1956015  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 18 Juli 2023



**Deni Satria**

No	Rumusan Masalah	Indikator	Teknik Pengumpulan Data			Sumber Data	Pertanyaan Penelitian
			O	W	D		
1	Strategi humas ( <i>public relations</i> ) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa	a. <i>Fact Finding</i>		v		Kepala Humas, Staf Humas, Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru	1. Bagaimana kinerja Humas IAIN Curup dalam menghadapi suatu permasalahan publik? 2. Apa langkah-langkah yang dilakukan atau dipersiapkan dalam menghadapi periode penerimaan mahasiswa baru
		b. <i>Planning</i>		v			1. Bagaimana strategi humas IAIN Curup

						<p>dalam melakukan pencitraan terhadap publik?</p> <p>2. Upaya apa saja yang dilakukan agar pelaksanaan kegiatan humas berjalan secara optimal?</p> <p>3. Media publikasi apa saja yang digunakan oleh humas dalam pelaksanaan meningkatkan kuantitas mahasiswa?</p>
		c. <i>Communicating</i>		v		<p>1. Tindakan apa saja yang sudah dilakukan oleh humas untuk</p>

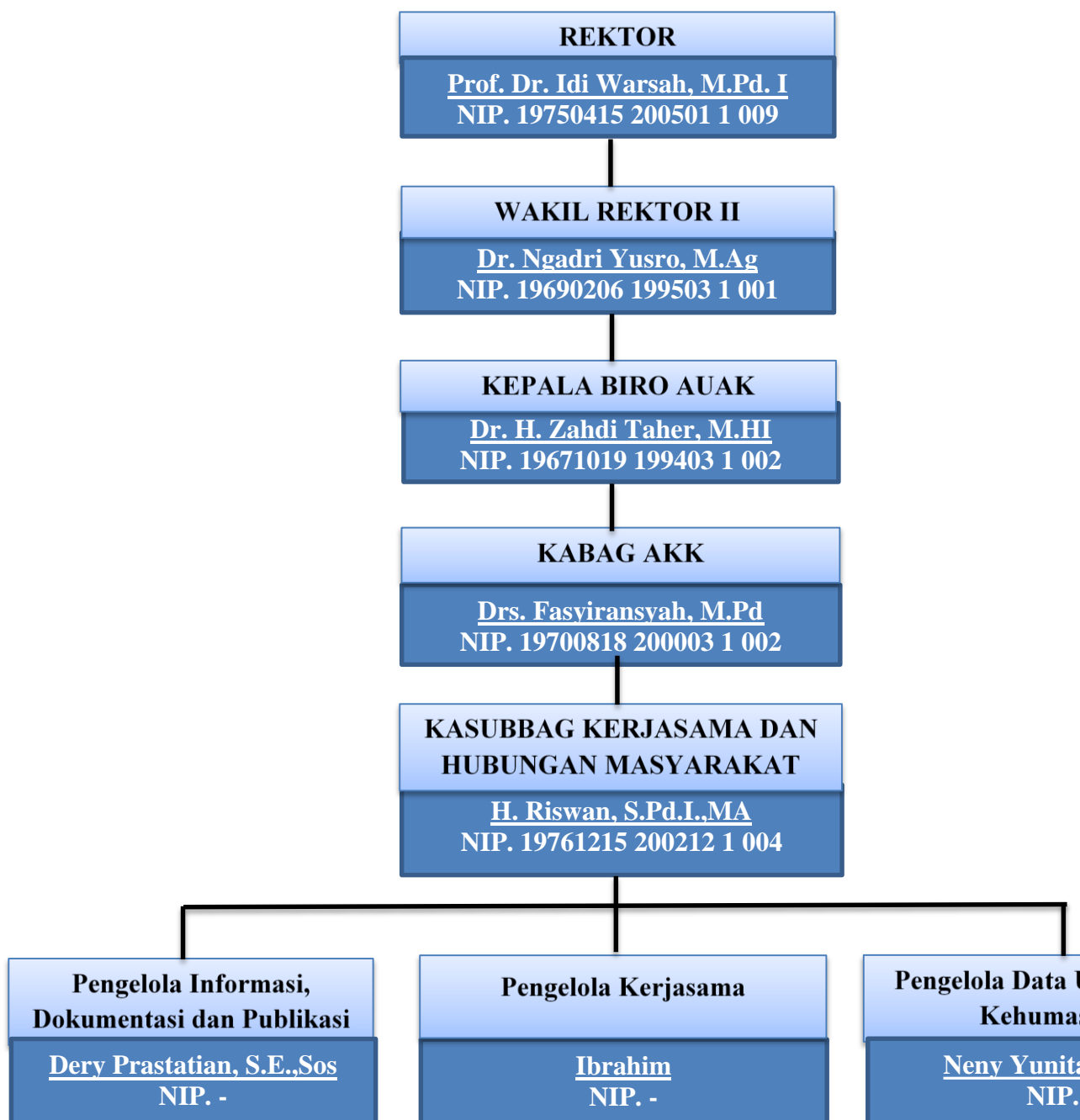
						<p>meningkatkan kuantitas mahasiswa baru?</p> <p>2. Apa saja fungsi dan tugas humas yang selama ini dilakukan?</p>
		d. <i>Evaluating</i>		v		1. Apakah dilakukan evaluasi terhadap langkah-langkah yang telah dilakukan?
2	Strategi humas ( <i>public relations</i> ) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa Program Studi Manajemen	Strategi humas dan program studi dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa		v	Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru, Staf Humas, Kaprodi MPI, Dosen MPI	1. Bagaimana strategi humas dalam mempromosikan program studi yang ada, salah satunya program studi manajemen pendidikan islam?

	Pendidikan Islam						<p>2. Bagaimana strategi prodi dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa?</p> <p>3. Dalam upaya meningkatkan kuantitas mahasiswa, adakah strategi khusus yang digunakan oleh prodi?</p> <p>4. Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan untuk meningkatkan kuantitas mahasiswa?</p> <p>5. Strategi dan media publikasi apa yang digunakan oleh prodi untuk mempromosi</p>
--	---------------------	--	--	--	--	--	---



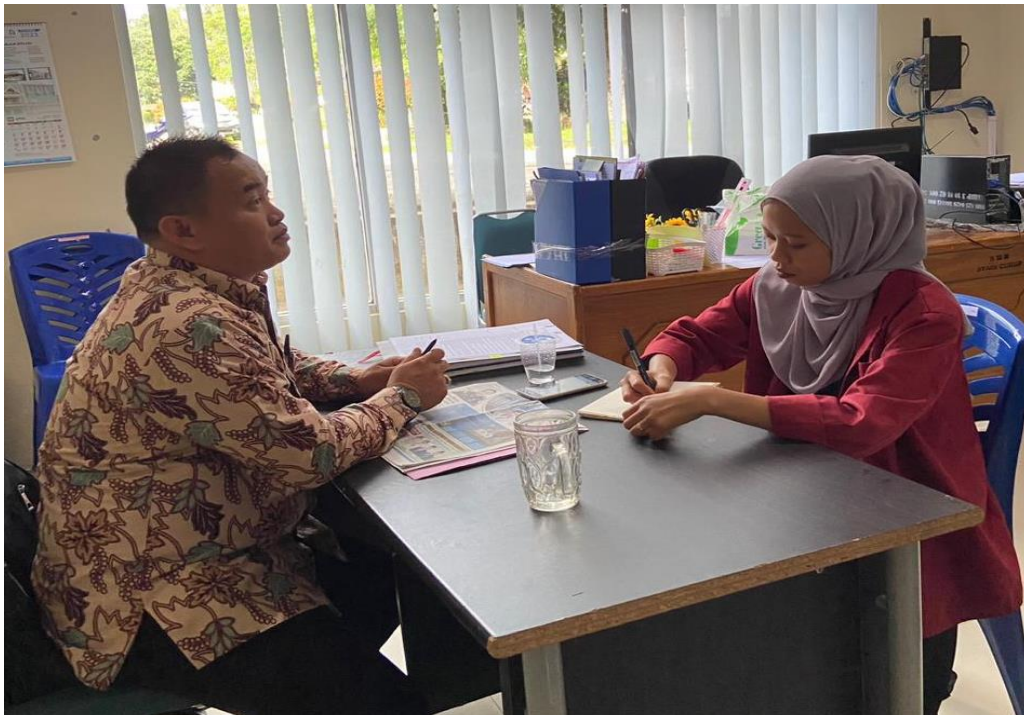
						kan program studi manajemen pendidikan islam?
3	Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Humas (Public Relations) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Meningkatkan Kuantitas Mahasiswa	Faktor Intern al dan Faktor Eksternal		v	Kepala Humas, Staf Humas, Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru, Kaprodi MPI, Dosen MPI	<p>1. Apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi humas?</p> <p>2. Apa yang menjadi hambatan dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa?</p> <p>3. Upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?</p>

**STRUKTUR ORGANISASI**  
**SUB BAGIAN KERJASAMA DAN HUBUNGAN MASYARAKAT**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP**



**DOKUMENTASI WAWANCARA**

Wawancara Bersama Kasubbag HUMAS IAIN Curup



Wawancara Bersama Staf HUMAS IAIN Curup



Wawancara Bersama Staf HUMAS IAIN Curup



Wawancara Bersama Panitia Penerimaan Mahasiswa Ba





Wawancara Bersama Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam



Wawancara Bersama Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**FEBRIANA SHOLEHA**, lahir di Wonorejo pada tanggal 12 Februari 2001, anak kedua dari tiga bersaudara (Ayuk Eka Setiawati, Adik Anisa Fuadatul Machbubah dan Anita Fuadatul Machbubah), pasangan dari Bapak Suswanto dan Ibu Nur Istiqomah. Penulis memulai pendidikannya di Sekolah Dasar Negeri 2 Wonorejo selesai tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Hidayah Mataram dan selesai pada tahun 2016.

Kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Akhir (SMA) Negeri Tugumulyo lulus pada tahun 2019. Setelah lulus sekolah, penulis melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Angkatan 2019. Selama masa perkuliahan, penulis turut aktif di dalam maupun diluar kampus dengan mengikuti beberapa organisasi. Penulis menjadi Wakil Ketua Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Manajemen Pendidikan Islam (MPI) pada tahun 2020-2021, selain itu juga turut serta menjadi bagian dari pengurus UKK User IAIN Curup pada tahun 2021-2022. Selain itu, penulis juga aktif di kegiatan luar yaitu Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cabang Curup pada tahun 2019-sekarang.

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**



**FEBRIANA SHOLEHA**, lahir di Wonorejo pada tanggal 12 Februari 2001, anak kedua dari tiga bersaudara (Ayuk Eka Setiawati, Adik Anisa Fuadatul Machbubah dan Anita Fuadatul Machbubah), pasangan dari Bapak Suswanto dan Ibu Nur Istiqomah. Penulis memulai pendidikannya di Sekolah Dasar Negeri 2 Wonorejo selesai tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Hidayah Mataram dan selesai pada tahun 2016.

Kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Akhir (SMA) Negeri Tugumulyo lulus pada tahun 2019. Setelah lulus sekolah, penulis melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Angkatan 2019. Selama masa perkuliahan, penulis turut aktif di dalam maupun diluar kampus dengan mengikuti beberapa organisasi. Penulis menjadi Wakil Ketua Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Manajemen Pendidikan Islam (MPI) pada tahun 2020-2021, selain itu juga turut serta menjadi bagian dari pengurus UKK User IAIN Curup pada tahun 2021-2022. Selain itu, penulis juga aktif di kegiatan luar yaitu Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cabang Curup pada tahun 2019-sekarang.