

**STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Pada Ilmu Komunikasi



OLEH :

HAMZA NINGGAR ALAM EDO
NIM. 19521028

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
TAHUN 2023**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi Sudara **HAMZA NINGGAR ALAM EDO** mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul "*Stretegi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19*". Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian Permohonan kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, 22 Agustus 2023

Pembimbing I



DITA VEROLYNA, M.I.Kom
NIP.198512162019032004

Pembimbing II



TOPAN ALPAREDI, MM.
NIP.198812202020121004

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo
Nomor Induk Mahasiswa : 19521028
Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

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

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

Curup, 23 Agustus 2023
Penulis,



HAMZA NINGGAR ALAM EDO
NIM. 19521028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kode pos 39119
Email: iain.curup@gmail.com.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : **681 /In.34/FU/PP.00.9/IN/2023**

Nama : **Hamza Ninggar Alam Edo**
Nim : **19521028**
Fakultas : **Ushuluddin, Adab dan Dakwah**
Prodi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Judul : **Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19**

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

Hari/ Tanggal : **Kamis, 31 Agustus 2023**

Pukul : **07.30-09.00 WIB**

Tempat : **Ruang 1 Gedung Munaqasyah FUAD IAIN Curup**

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

Ketua,

Dita Verolyna, M.I.Kom

NIP. 19851216 201903 2 004

Sekretaris,

Topan Alparedi, M.A

NIP. 19881220 2020 12 1 004

Penguji I,

Anrial, MA

NIDN. 160802016

Penguji II,

Dete Kanggoro, M.I.kom

NIP. 19861028 2023211015

Mengesahkan

Dekan Fakultas

Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Nelson, S. Ag., M. Pd. I

NIP. 19690504 199803 1 006

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil alamin, dengan rasa syukur saya sampaikan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-nya, sehingga karya ilmiah yang berjudul strategi humas Institut Agama Islam Negri Curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca pandemi Covid-19, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu ini dapat disusun hingga selesai, guna memenuhi persyaratan kelulusan sarjana S1 program studi Komunikasi Dan penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, IAIN Curup, dengan gelar sarjana Sosial (S.Sos). Tidak lupa pula sholawat dan salam kepada nabi junjungan, nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan para pengikut beliau, yang istiqomah hingga akhir zaman menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ataupun hasil dari skripsi ini merupakan hal yang tidak dapat penulis hindari, karena keterbatasan akan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran serta gagasan yang bersifat membangun dalam menyempurnakan makna dan isi yang terkandung dalam tugas akhir ini, sehingga dapat dimanfaatkan dan berguna untuk orang lain kedepannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan dapat terwujud tanpa adanya izin ALLAH SWT, bimbingan dan dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dengan kesadaran dan kerendahan hati, penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Idi Warsah., M.Pd.I selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Curup
2. Bapak Dr. Muhammad Istan., SE., M.Pd., M.M, selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Curup
3. Bapak Dr. KH. Ngadri Yusro, M.Ag Selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Curup
4. Bapak Dr. Fakhruddin., S.Ag., M.Pd Selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Curup
5. Dekan fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Curup, Bapak Dr., H. Nelson, S.Ag., M.Pd
6. Bapak Dr. Rahmat Iswanto, M. Hum Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
7. Bunda Bakti Komalasari M, Pd Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
8. Ketua program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A
9. Bapak Anrial, M.A, selaku dosen pembimbing akademik.
10. Bunda Dita Verolyna, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing I
11. Bapak Topan Arparedi, MM, selaku dosen pembimbing II
12. Seluruh dosen dan Staf, khususnya dosen pada program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Curup.
13. Kepada seluruh instansi yang terkait, atas izin dan ketersediaan dalam memberikan informasi.

Semoga segala amal baik dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, dapat menjadi amal dan mendapatkan keberkahan atas jasa dan kebaikan, dari Allah SWT, serta menjadi suatu pelajaran yang bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang membacanya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatu

MOTTO

***“JADIKAN PERKATAANNYA SEBAGAI TAMPARAN UNTUK MEMBUAT
DIRIMU MENJADI LEBIH BAIK.
DAN JANGAN JADIKAN PERKATAANYA UNTUK MEMBUAT DIRIMU
TERPURUK”***

“HINAAN MENJADI MOTIVASI”

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT dan segenap ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Turindo Akbar dan Ibu Emi, yang tak pernah berhenti mengirimkan do'a, memberi semangat, dukungan, nasehat-nasehat dan waktu serta kasih sayang kepada penulis, sehingga penulis mempunyai alasan untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan seperti yang ia harapkan. Semoga Allah SWT selalu memberikan keselamatan dan kesehatan bagi beliau berdua.
2. Orang tua angkat penulis, Bapak Jumaidi dan Ibu Yeni Andriani Beserta Bapak Sopiandah dan Ibu Yosi Suheti, yang tidak hentinya juga memberikan Do'a dan suportnya.
3. Kakak tersayang, Figa Nurul Jannah Edo, S.Pd yang selalu memberikan dukungan dan do'a terbaiknya.
4. Bunda Dita Verolyna, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I dan Bapak Topan Alparedi, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta kesabaran dalam membimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dete Kanggoro, M.I.Kom selaku dosen atau kakak yang selalu memberikan suport dan dukungannya.
6. Seluruh bapak/ibu dosen, terkhusus untuk dosen fakultas ushuluddin adab dan dakwah, program studi komunikasi dan penyiaran islam, Institut Agama Islam Negeri Curup.
7. Kepala sekolah Smk It Khoiru Ummah dan Man Rejang Lebong, beserta siswa/siswinya yang telah membantu dalam pengumpulan data skripsi penulis.

8. Hendri Saputra, S.Sos, Sulpan Efendi, Enggar Siswanto, S.Sos, Rangga Okta Fiades, S.Pd, Faras Abyyu Jaya, Ridwan Selayan (Alm), Didin Armaziz (Alm), Fahmi Abdullah, S.Sos, Novita Rahmawati, S.Pd, Minar Oktaviani, Mita Anggela, Kaliana Tantri, Resy Arista, S.E, Yosi Permata Sari, orang istimewa beserta teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis selama beberapa tahun ini hingga akhir.
9. Sahabat sekaligus saudara Aldi Saputra, S.Sos, Muhammad Fikri Akbar Ganteng, Puja Anggraini, S.Pd, Regina Yustria, S.Pd, Ardi Muksin, Ongky Zulkurnain, Khoirul Fadhil Arla, Angga Pranata, Doni Pranata, Utami Saputri, Sastria Dik jaya, Juwanada, Juwita Utari yang senantiasa memberikan nasehat dan dukungan kepada penulis.
10. Teman seperjuang prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya untuk KPI VIII B, Kiki Oktariato, Ilham Dipayo, Ilham Risma Baja, Fajar, Hendri Saputra, Enggar Siswanto, Fahmi Abdullah, Farras Abiyyu Jaya, Fatoni, Fikri Ganteng, Novi Irawan, Pirzan, Pauzar putra Utama, Lina Febriyanti, Maisarotul Maymunah, Mita Anggela, Kaliana Tantri, Ike Karzela, Julita sari, Hanifa Taufiq, yang sudah ikut serta membantu dan berjuang bersama-sama.
11. Keluarga besar kosan mora, khususnya ibu dan bapak kos-kosan Mora.
12. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri Curup.

Seluruh teman penulis dimanapun berada.

ABSTRAK

STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19

Hamza Ninggar Alam Edo

Nim : 19521028

Penelitian ini membahas tentang strategi humas iain curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca pandemi covid-19, serta terkait faktor pendukung dan faktor penghambat dan dampak dari adanya staretgi humas institut agama islam negeri curup itu sendiri. Dimana penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah mahasiswa yang mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Dengan adanya masalah yang melatarbelakangi penelitian ini maka peneliti menggunakan teori P.E.N.C.I.L.S, ala Philip Kontler untuk mengetahui arah penelitian dan strategi yang digunakan oleh humas iain curup dalam menarik minat mahasisiwa baru pasca pandemi covid-19 dan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menjawab rumasan masalah penelitian.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu adanya strategi humas dalam menarik minat mahasiswa baru pasca pandemic covid-19, adapun strategi yang digunakan oleh humas iain curup itu sendiri diantaranya sosialisasi, publikasi dan publisitas, Pendekatan dan bernegosiasi. Sedang faktor yang mendukung dan yang menghambat humas institut agama islam negeri curup dalam menarik mahasiswa baru pasca pandemic covid-19 itu berasal dari dalam kampus dan luar kampus (faktor internal dan eksternal), adapun faktor pendukungnya yaitu : adanya dukungan dan semangat atau motivasi dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak fakultas, adanya kerjasama yang baik dengan pihak-pihak berkepentingan atau pemangku kepentingan, dan kemajuan teknologi. Terkait dengan faktor penghambat itu berasal dari dalam atau dari internal kampus institut agama islam negeri curup itu sendiri yaitu karena kurangnya tim humas atau SDM, dan Sarana prasana kurang memadai yang dimiliki oleh pihak humas institut agama islam negeri curup. Kemudian terkait dampak tentunya berdampak positif adapun dampak tersebut diantaranya, munculnya ketertarikan terhadap siswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi, berdampak terhadap minat calon mahasiswa baru untuk menjadi bagian dari kampus iain curup, memudahkan siswa atau calon mahasiswa kampus iain curup dalam menentukan jurusan yang akan dipilih, dan memudahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kampus institut agama islam negeri curup.

Kata Kunci : Strategi, Humas, Dan Minat

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGAJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Literatur	11

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Strategi Komunikasi Humas	15
1. Peranan Humas	21
2. Fungsi Humas	22
3. Tujuan Humas	24
B. Minat	25
C. Teori Strategi Hubungan Masyarakat	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
--	----

2. Subjek Penelitian	35
3. Jenis dan Sumber Data	36
a. Jenis Data	36
b. Sumber Data	36
4. Teknik Pengumpulan Data	38
a. Pengamatan (Observasi)	38
b. Wawancara	38
c. Dokumentasi	39
5. Teknik Analisa Data	40
a. <i>Reduction</i> (Reduksi Data)	40
b. <i>Data Display</i> (Penyajian Data)	41
c. <i>Verification</i> (Menarik Kesimpulan)	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Wilayah Setting Penelitian	43
1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN)	43
2. Visi dan Misi IAIN Curup	46
3. Struktur Humas IAIN Curup	47
B. Hasil Penelitian	48
1. Strategi Humas IAIN Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Covid-19	48
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas IAIN Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru	57
3. Dampak Strategi Humas IAIN Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19	60
C. Pembahasan	64

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa IAIN Curup 2018-2022	7
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Skema Tahanapan Penelitian	42
Gambar 4.1 Tentang Struktur Humas IAIN Curup	47
Gambar 4.2 Akun Instagram IAIN Curup	53
Gambar 4.3 Akun Facebook IAIN Curup	53
Gambar 4.4 Website IAIN Curup	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Selain itu minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat yang akan dimiliki seseorang. Suatu minat juga dapat diekspresikan melalui suatu pertanyaan yang menunjukkan bahwa terdapat rasa menyukai suatu hal dari pada yang lainnya, dapat pula diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas.¹

Berdasarkan hal tersebut berarti minat dapat tumbuh dalam diri seseorang melalui berbagai hal yang terjadi dan ia jalani dalam kehidupannya sehari-hari karena pada dasarnya seseorang pasti memiliki kecenderungan tersendiri terhadap sesuatu yang ia sukai dan akan berusaha untuk menggapainya. Dalam era modern ini Salah satunya dalam dunia pendidikan siswa biasanya sudah mampu mengarahkan minatnya terhadap suatu hal berdasarkan pengalaman atau pengetahuan yang ia dapatkan melalui pendidikannya atau lingkungan sehari-hari. Minat yang mulai berkembang dalam diri siswa inilah yang nantinya akan berusaha dimatangkan melalui berbagai hal yang dapat menariknya.

¹ Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2003) h.180

Tantangan inilah yang nantinya akan berusaha untuk dipecahkan melalui berbagai cara dan perencanaan-perencanaan atau strategi yang matang terutama dalam era modern sekarang persaingan-persaingan antar lembaga/institusi sangatlah beragam sama-sama saling bersaing dalam memberikan yang terbaik serta menunjukkan sisi terbaik lembaganya dengan berbagai macam strategi yang terencana. Belum lagi pada kenyataannya minat yang timbul dalam diri seseorang juga memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan dan memutuskan kemana akan pergi menentukan arah kedepan yang dirasa paling tepat untuk kehidupannya.

Maka dari itu semua hal yang dipersiapkan dengan menarik harus mampu menarik minat siswa siswi. Strategi itu sendiri secara umum mempunyai pengertian suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan, selain itu strategi juga bisa dikatakan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan mencapai sasaran khusus.² Menurut Anne Gregory dalam bukunya *planning and Managing A Public Relations Campaign*, menyatakan bahwa jika strategi direncanakan dengan sungguh-sungguh merupakan rancangan yang menyeluruh bagi aktivitas tindakan. Strategi berfokus pada upaya menghasilkan tujuan yang berperspektif jangka panjang artinya, strategi merupakan peran utama yang akan diambil untuk tujuan jangka panjang.³

² Iskandarwassid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 2

³ Adinda Tessa Naumi dan Sumarni Sumani, “*Strategi Pemulihan Citra STAIN Curup*”, vol. 1, no. 2 (2016): 144

Pada hakikatnya strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi juga merupakan usaha untuk memperoleh kesuksesan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan jangka panjang.⁴

Dengan demikian strategi memiliki peranan penting dalam suatu lembaga karena dengan adanya strategi. Tujuan akan bisa diwujudkan secara optimal dan lebih bisa terarah dengan tujuan yang hendak di capai karena di dalam strategi terdapat hal-hal penting yang sudah disusun dan terorganisir. Maka dengan adanya strategi akan lebih mudah dalam menjalankan setiap program-program yang telah di tentukan dan lebih terarah secara sangat baik sesuai yang diharapkan. Seperti halnya dalam suatu lembaga atau instansi pasti memiliki bidang-bidang tersendiri yang memiliki tugas dan fungsi masing-masing. Salah satunya bidang Hubungan masyarakat (Humas).

Sebagai mana telah di kemukakan, ada sejumlah definisi mengenai humas. *Webster's New World Dictionary* mendefinisikan sebagai "Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini *public* dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri". Citra yang baik yang berkembang di masyarakat dapat di wujudkan dengan

⁴ Annisatulmufarrakah, 2022, *Strategi Belajar Mengajar* (Yogyakarta :Teras), Hal 36

rasa solidaritas yang tinggi antar sesama untuk saling bekerja sama dalam tim ketika berhadapan dengan *public*.

Definisi yang lebih spesifik yang menekankan tanggung jawab khususnya, di berikan oleh *public relations news*: “Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap *public*, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seseorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan *public*, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan *public*.⁵ Pentingnya informasi bagi masyarakat terkait perguruan tinggi yang memiliki peran penting dalam melahirkan sebuah generasi muda yang memiliki karakter dan berdaya saing tinggi yang nantinya akan menjadi pemain dan pengubah di tengah tantangan dan perubahan yang dihadapi oleh masyarakat.⁶

Humas juga merupakan rangkaian kegiatan yang meliputi banyak bidang di masyarakat selama aktifitas yang dilakukan organisasi baik besar maupun kecil berkaitan dengan masyarakat maka humas menemukan peran dan fungsinya hubungan antar manusia baik internal maupun eksternal dari sebuah organisasi, hubungan organisasi dengan media massa, serta keahlian memilih media komunikasi dan pengemasan secara efektif adalah bidang keahlian humas. Artinya humas hadir dalam setiap organisasi untuk menjembatani hubungan positif antara organisasi dan masyarakat. Sedangkan tujuan humas memastikan itikad baik di tengah-tengah masyarakat luas.

⁵ H. Frazier Moore, *Humas membangun Citra dengan Komunikasi*”, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 6

⁶ “Peran Penting Perguruan Tinggi” DI akses dari ekon. go, id, di akses pada tanggal 11 Mei 2023.

Mengingat bahwa tugas humas dalam lembaga pendidikan begitu signifikan, maka kegiatan kehumasan perlu dikelola dengan baik agar efektif dan efisien. Beberapa tugas humas dalam lembaga pendidikan yang harus di kelolah yaitu: yang pertama, menyampaikan ide dan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkan. Yang kedua, membantu pimpinan lembaga pendidikan dalam menyebarluaskan informasi dan gagasan kepada masyarakat. Yang ke tiga, membantu pimpinan dalam mempersiapkan konten informasi atau ide yang akan disebarluaskan kepada masyarakat agar efektif. Yang ke empat menyusun laporan mengenai isu-isu mengenai lembaga pendidikan baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung di masyarakat. Yang ke lima, membantu pimpinan menyusun strategi dalam menjalin kerja sama dengan pihak lain. Yang ke enam, menyusun strategi untuk memperoleh bantuan demi kemajuan kegiatan pendidikan yang di lakukan.⁷

Humas Institut Agama Islam Negeri Curup secara nomenklatur kelembagaan di atur berdasarkan peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2018 tentang organisasi dan tata kerja IAIN Curup pasal 45 ayat 2 berbunyi “Sub bagian kerjasama dan hubungan masyarakat melaksanakan sebagian tugas kepala bagian akademik kemahasiswaan dan kerjasama yaitu mempunyai tugas mengelola administrasi kerjasama, hubungan masyarakat, dokumentasi, dan publikasi.⁸

⁷ Juhji dkk, 2014, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bakti Persada)Hal 62.

⁸ www.iaincurup.ac.id

Berbagai tugas dan tanggung jawab tersebut harus bisa di jalankan sesuai seperti mempererat kerjasama dengan masyarakat luas sehingga dengan program yang telah di tetapkandapat memberikan citra yang baik di kalangan masyarakat luas, memberikan arahan dan motivasi yang baik sehingga bisa menarik minat calon mahasiswa baru pada tahun-tahun mendatang tentunya kekompakan dan kerjasama tim akan sangat di harapkan dalam mencapai tujuan.

Karena calon mahasiswa baru akan benar-benar memilih lembaga pendidikan yang terbaik menurutnya dan dapat meningkatkan kualitas diri, mengembangkan potensi-potensi yang ada hingga menjadi pribadi yang berprestasi dalam berbagai bidang yang di pilih. Maka dari itu kualitas kinerja humas akan sangat berpengaruh dalam menarik minat siswa.

Pada tahun 2019 dunia di landa salah satu virus yang berbahaya berasal dari Negara china (wuhan) dengan nama virus corona, tidak terkecuali Negara Indonesia tepatnya provinsi Bengkulu termasuk kabupaten rejang lebong. Fenomena ini berdampak dalam berbagai sektor salah satunya pendidikan. Humas di tuntutan dapat menyesuaikan perubahan sosial dalam menjalankan tugas karena adanya perubahan-perubahan yang terjadi sehingga ruang gerak komunikasi secara langsung terbatas dan kurang maksimal seperti adanya pertemuan virtual atau daring, pemangkasan jam belajar, larangan berkumpul atau berkerumun hingga batasan dalam menjaga jarak antar sesama dan masih banyak lagi faktor-faktor penghambat lainnya.

Namun meskipun demikian pada masa *pandemic* peran dan fungsi humas tetap berjalan dan tetap menjaga kualitas suatu lembaga meski gerakannya cukup terbatas. Sehingga pada masa *pandemic* covid-19 lalu dari 2019 hingga tahun 2021 berdasarkan data yang di dapatkan dari hasil wawancara awal dengan bapak Jurianto selaku ketua TIPD yaitu pusat informasi dan pada saat itu ia juga sebagai salah satu panitia penerimaan siswa baru pada 2019 maka didapatkan data mahasiswa sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Data Mahasiswa Baru IAIN Curup 2018-2022

Nama Jalur	Tahun 2018			Tahun 2019			Tahun 2020			Tahun 2021			Tahun 2022		
	Daftar	Lulus	Registrasi	Daftar	Lulus	Registrasi	Daftar	Lulus	Registrasi	Daftar	Lulus	Registrasi	Daftar	Lulus	Registrasi
SPAN-PTKIN	1360	1231	345	1203	1160	433	1607	1203	490	955	751	404	701	660	358
UM-PTKIN	232	204	198	240	236	231	428	417	410	304	240	235	341	323	320
MANDIRI- TES	480	467	464	489	480	475	128	121	117	217	210	203	228	221	221
MANDIRI -NON TES	108	102	100	168	165	160	104	91	85	134	128	124	91	87	67
PASCA	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	93	-	-	90
PASCA S3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
TOTAL	-	-	1107	-	-	1299	-	-	1190	-	-	1059	-	-	1070
PERSENTASE			Naik 17%			Turun 8%			Turun 11%			Naik 1%			

Sumber Data: Tipt IAIN Curup

Dapat kita lihat juga nyatanya pada masa pandemi 2018-2019 justru jumlah mahasiswa baru banyak mengalami peningkatan 17% padahal pada saat itu gerak humas sangat terbatas dalam mensosialisasikan apa yang menjadi tanggung jawabnya. Sedangkan pada tahun 2020-2021 pada masa *new normal*

jumlah mahasiswa baru berkurang menjadi -11% dari tahun-tahun sebelumnya selanjutnya pada tahun 2021-2022 hanya mengalami kenaikan 1% dari tahun sebelumnya sehingga jauh dari minat mahasiswa pada masa-masa pandemi yang menjadikan pertanyaan atau masalah baru dalam lembaga pendidikan IAIN Curup mengapa minat mahasiswa baru setelah masa *pandemic covid* lumayan berkurang dari tahun-tahun sebelumnya. Dan menjadi tantangan tersendiri bidang humas di IAIN Curup agar dapat melakukan perbaikan dan meningkatkan kembali mutu kerja individu dan melaksanakan setiap tugas serta tanggung jawab secara lebih maksimal dalam berbagai aspek.

Selain itu lembaga atau instansi pendidikan IAIN Curup harus menampilkan profil yang terbaik dan dikomunikasikan secara lebih baik, karena sangat penting agar dapat menarik minat siswa itu sendiri serta dapat membuat sebuah pandangan yang positif berkembang di lembaga sekolah seperti SMA/MA/SMK serta dimasyarakat, dan apabila Lembaga sekolah SMA/MA/SMK dan masyarakat memandang lembaga pendidikan Institut Agama Islam Negeri curup memiliki cara kerja yang meyakinkan dan dapat membina perkembangan dengan sangat baik, serta memberikan mutu kelulusan yang baik, maka para lembaga sekolah, terutama siswa dan bahkan masyarakat selaku orang tua yang anaknya masih bersekolah di sekolah menengah ataupun Madrasah Aliyah akan merasa tertarik dan berpartisipasi untuk mengembangkan pendidikan siswa siswi mereka ke IAIN Curup. Karena strategi yang tepat ini akan sangat berdampak bagi minat siswa itu sendiri dan dapat menjadi salah satu penentu minat siswa, semakin banyak siswa yang

berminat melanjutkan study di IAIN Curup maka akan meningkatkan reputasi Iain Curup di masyarakat luas. Seperti halnya pada MAN Rejang Lebong dan SMK IT Khairu Ummah sebagai salah satu lembaga pendidikan yang menjadi sasaran humas IAIN Curup.

Maka dari itu berangkat dari permasalahan di atas membuat peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang **STRATEGI HUMAS IAIN CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID 19 (Study MAN Rejang Lebong, SMKIT Khiru Ummah dan Calon mahasiswa baru IAIN Curup).**

B. Batasan Masalah

Agar dalam penelitian ini pembahasan tidak terlalu luas maka peneliti membatasi masalah hanya dalam ruang lingkup yang sempit sesuai dengan yang ingin di teliti yaitu tentang Strategi humas, faktor pendukung dan penghambat, dampak humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19. (Study MAN Rejang Lebong, SMK IT Khoiru Ummah dan Calon mahasiswa baru).

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19?
2. Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19?

3. Bagaimana dampak adanya Strategi Humas Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19 di MAN Rejang Lebong, SMK IT Khoiru Ummah dan Calon mahasiswa baru?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Humas Iain Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca *Pandemic Covid 19*
2. Untuk mengetahui Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Iain Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca *Pandemic Covid 19*
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak adanya Strategi Humas Iain Curup terhadap siswa MAN Rejang lebong, SMK IT Khoiru Ummah dan calon mahasiswa baru.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah ilmu pengetahuan secara praktis sebagai hasil dari pengamatan langsung mengenai Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19 serta dapat menerapkan disiplin ilmu yang telah di peroleh.

- b. Dengan penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan untuk mengembangkan teori penelitian yang sejenis. .

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini sangat bermanfaat sebagai bahan informasi mengenai Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19
- b. Bagi masyarakat, Penelitian ini sebagai bahan informasi serta dapat memberikan pengetahuan agar dapat menentukan lembaga pendidikan yang baik bagi anaknya kelak.

F. Kajian Literatur

Untuk menghindari duplikasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Dari hasil penelusuran penelitian terdahulu, diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti:

1. Strategi Humas dalam meingkatkan citra di era *pandemic covid 19*.⁹

Hasil penelitian ini menguraikan tentang pentingnya meningkatkan citra sekolah di era *pandemic covid 19* karena persaingan sekolah semakin ketat dan luas dan salah satu yang strategi yang bisa di gunakan oleh pihak humas sekolah memanfaatkan media sosial dengan berbagai aplikasi yang saat ini sedang tren atau baru di kalangan masyarakat meliputi aplikasi (whatshap, facebook, twitter, website dan juga tiktok). Meskipun hampir

⁹Elyus, D. S, . dan Sholeh, M. (2018) *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. Jurnal inspirasi manajemen pendidikan*, 9, 281-89

sama namun penelitian ini berbeda dalam menentukan objek atau sasaran penelitian yang meliputi tentang minat dan mahasiswa.

2. Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa *Pandemi Covid 19*.¹⁰

Hasil penelitian ini menguraikan tentang strategi yang digunakan humas SMK IPIEMS dalam keberhasilannya meningkatkan citra dan kepercayaan *public* pada masa *pandemic covid-19* yaitu dengan intensif melakukan promosi, baik melalui program unggulan sekolah yang melibatkan masyarakat dan pihak eksternal, dan mempertahankan loyalitas peserta didik dan alumni untuk bersedia merekomendasikan sekolah kepada orang disekitarnya. Sama hal nya seperti sebelumnya penelitian ini juga berbeda dengan yang akan peneliti teliti yang berhubungan dengan menarik minat mahasiswa baru.

3. Penelitian dari Dinda Septiana Elyus dan Muhammad Sholeh, mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, dengan judul yang ditelitinya “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era *Pandemic Covid-19*”.

Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwasannya penggunaan media sosial dapat di gunakan sebagai strategi dalam meningkatkan citra sekolah yang baik di masa era *pandemic covid-19*. Dengan adanya penggunaan teknologi media sosial memudahkan hubungan komunikasi dan pemberian sudut pandang masyarakat terhadap sekolah tetap berjalan merkipun dalam keadaan sosial distancing atau jaga

¹⁰Rahayu, P. , dan Trisnawati, N. (2012). *Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik pada Masa Pandemi Covid 19*. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(1).

jarak dari rumah. Penggunaan media sosial ini tidak hanya humas sekolah tetapi juga kepala sekolah dan SDM sekolah seperti guru yang memahammi ilmu teknologi dalam pengelolaan media sosial.¹¹

4. Penelitian dari Syukri dan Sumarni mahasiswa universitas muhammadiyah makassar, dengan judul penelitian “Strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di universitas muhammadiyah Makassar”, penelitian ini menyimpulkan bawasanya Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru terdapat beberapa langkah di antaranya:

- a. Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian universitas muhammadiyah Makassar seperti akreditasi, tenaga pendidik dan pencapaian prestasi-prestasi baik lokal maupun internasional.
- b. Menjalin komunikasi dan bekerja sama dengan media seperti iklan digital poster ataupun pamflet, di sebarakan melalui media online berupa instagram, facebook, twitter. Faktor pendukung dan penghambat strategi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di antaranya: faktor pendukung internal yaitu segala sesuatu yang dapat mendukung minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Faktor pendukung eksternal yaitu keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan

¹¹ Dinda Septiana Elyus, dkk, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid-19*”, Universitas Negeri Surabaya, Di akses dari ejournal. unesa .ac.id, pada tanggal 17 Mei 2023, pukul 01:47 WIB.

faktor penghambatnya yaitu harus memperkuat komunikasi internal baik secara langsung maupun tidak langsung.¹²

5. penelitian dari Feby Rahma Dhillah penenelitian dengan judul strategi *public relations* penerimaan mahasiswa baru di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, kesimpulan dari penelitian ini iyalah suatu Plaksanaan strategi *Public Relations* penerimaan mahasiswa baru Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta priode 2020-2021 menggunakan empat strategi pemasaran yaitu produk, *price* (harga) *pleac* (lokasi) dan promosi.¹³

¹²Syukri, dkk, "*Strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar*", Universitas Muhammadiyah Makassar, di akses dari jurnal komunikasi dan organisasi (J-KO) Vol 2, No 2. Pada tanggal 17 mei 2023, pukul 02:20 Wib.

¹³Feby Rahma Dhillah, "*Srategi Public Relations Penerimaan Mahasiswa Baru Di Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta Priode 2020-2021*", Institut Ilmu Al-Qur'an, di akses dari repository. iiq.ac.id, pada tanggal 17 mei 2023, pukul 22:29 Wib.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Strategi Komunikasi Humas

Strategi sendiri berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Secara umum strategi merupakan suatu upaya seseorang atau organisasi membuat skema untuk mencapai sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain strategi sebagai suatu seni seseorang ataupun organisasi memanfaatkan seni kemampuan dan sumber daya untuk mencapai sasaran atau visi misi dari organisasi atau perusahaan itu sendiri lewat cara-cara atau strategi yang efektif dan efisien demi mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁴ Seperti halnya dengan visi misi atau tujuan yang hendak dicapai oleh Institut Agama Islam Negeri Curup itu sendiri yaitu untuk mencapai perguruan tinggi yang bermutu dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis islam moderasi di tingkat Asia tahun 2045, dengan misi mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermutu berbasis Islam moderasi, meningkatkan publikasi ilmiah yang bermutu berbasis islam moderasi dan melaksanakan pemberdayaan masyarakat yang bermutu berbasis islam moderasi.¹⁵

“Pada hakikatnya strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama

¹⁴ Universitas Medan Area, “*Pengertian Strategi, Tujuan Dan Jenisnya*”, Di akses dari bakai. uma.ac.id- Rabu 21 Juni 2023.

¹⁵ www. iaincurup.ac.id

dari perusahaan agar dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi merupakan usaha untuk memperoleh kesuksesan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan jangka panjang”.¹⁶

Berdasarkan pendapat di atas berarti strategi dapat di katakan segala bentuk upaya yang di lakukan secara rinci dan perhitungan yang matang terencana sehingga tujuan tujuan yang telah di tetapkan atau di rencanakan dapat terealisasikan denganbaik dan berhasil sesuai dengan apa yang telah di harapkan.

Selain itu menurut JL Thomson mendefinisikan strategi adalah cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Sedangkan Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya. Mintezberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

1. Sebuah rencana suatu arah atau tindakan yang diinginkan secara sadar.
2. Sebuah cara suatu langkah spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola dalam suatu rangkaian tindakan.
4. Sebuah posisi suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan
5. Sebuah perspektif suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.¹⁷

¹⁶Annisatulmufarrakah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Yogyakarta : Teras, 2000), hal 36

Dengan adanya suatu strategi maka itu suatu faktor yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan pada semua program kerja yang dijalani. Definisi strategi dalam pelaksanaan yaitu upaya bagaimana mencapai tujuan atau sasaran yang diterapkan sesuai dengan keinginan. Karena strategi merupakan upaya pelaksanaan, maka strategi pada hakikatnya merupakan suatu seni yang implementasinya didasari oleh intuisi, yang upayanya selalu berkaitan dengan data dan fakta yang ada. Pengertian lain Strategi adalah sebuah kata yang telah di gunakan pada beberapa istilah dalam bisnis dan organisasi yang lain.¹⁸

Menurut David, manajemen strategi berfokus kepada :

- a) Proses penempatan tujuan organisasi
- b) Penglokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan strategi organisasi
- c) Pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran
- d) Pengombinasian aktivitas dari berbagai fungsional suatu bisnis Keseluruhan hal tersebut di lakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar hulu untuk bertindak dalam usaha untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Dhubungkan dengan belajar mengajar strategi bisa diartikan sebagai pola-pola umum kegiatan guru dan anak didik dalam perwujudan kegiatan belajar mengajar untuk mencapai tujuan yang digariskan.¹⁹ Jadi, dengan demikian strategi belajar dapat diartikan sebagai

¹⁷Sandra Oliver, 2007, *Strategi Public Relations*, Erlangga: PT Geloraaksara pratama, hal. 2

¹⁸ Indra Bastian, "Akutansi sektor Publik: satu pengantar", (jakarta, Erlangga, 2005) H 85

¹⁹Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1996), hal 5

perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.²⁰ Dengan adanya strategi tentunya memiliki berbagai dampak positif bagi suatu organisasi atau institusi seperti peningkatan citra dan reputasi, hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, kemampuan mengatasi krisis, pengaruh terhadap opini public, meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan, serta dukungan terhadap inisiatif atau program. Namun perlu diingat bahwa strategi yang tidak tepat atau berjalan buruk juga dapat memberikan dampak yang negative, termasuk penurunan kepercayaan masyarakat, reputasi yang rusak, dan penurunan minat pemangku kepentingan.

Sedangkan Humas merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan (*profit*) maupun perusahaan non-komersial yang tidak mencari keuntungan. Tidak peduli apakah organisasi tersebut berada di sektor pemerintahan maupun sektor swasta.²¹

Secara umum hubungan masyarakat (humas) adalah salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi untuk melakukan intraksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut. Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *public relation* (PR) yang bertanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan

²⁰Hamzah, Nurdin Muhammad, *Belajar Dengan Pendekatan*, (Jakarta : PT Bumi Askara , 2011) , hal 4

²¹Nurnisya, Frizki Yulianti, and Ardhiaty Nurjanah. "Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Tagline "Jogja Istimewa. ". " Channel 4, no. 2 (2016): 135-152.

bermanfaat antara komunikasi dan publik, dalam dunia bisnis, fungsi humas kerap dikaitkan dengan marketing, padahal sangat berbeda. Sebagai profesi bidang humas nantinya membantu mendidik, memberikan informasi, membangkitkan ketertarikan masyarakat, merencanakan strategi untuk meraih, simpati hingga membuat masyarakat mengerti dalam situasi tertentu. Bentuk komunikasi berencana baik kedalam maupun ke luar organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yakni pengertian bersama.²²

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat dipahami bahwa Humas adalah salah satu usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan menguntungkan antara organisasi dengan publik dengan menumbuhkan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya dan dituntut untuk mampu menjaga reputasi sebuah organisasi agar tetap memunculkan image positif serta harus mampu membangkitkan ketertarikan masyarakat dalam situasi atau kondisi apapun.

Selain itu batasan pengertian humas menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, karena di sebabkan yaitu:

- a. Banyaknya definisi *public relations* yang telah di rumuskan oleh baik para pakar atau ahli, maupun profesional *public relations*/humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang humas/pr.
- b. Terjadinya perbedaan batasan pengertian tentang PR/HUMAS tersebut di akibatkan adanya latar belakang yang berbeda, misalnya

²²Noviantiani, Rian, and Sri Harmonika. "Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Man 2 Lombok Timur. " Jurnal Manajemen Dan Budaya 1, no. 1 (2021): 11-16.

definisi yang di lontarkan oleh kalangan akademisi/teoretis perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang di ungkapkan dengan kalangan praktisi (*public relations practitioner*).

- c. Sesuatu yang menunjukkan baik secara teoretis maupun praktisi bahwa kegiatan *public relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi saat ini. Sedangkan menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR), Menurut kamus IPR: “Praktek humas atau PR adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenab khalayaknya”.²³

Dengan demikian praktek humas dalam lingkungan khalayak di harapkan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat agar tetap menjaga kepercayaan masyarakat dan terjalinnya hubungan yang baik juga antara organisasi dan dunia luar yang menjadi sasaran.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi humas merupakan suatu cara dan perencanaan berisi serangkaian kegiatan yang sudah terstruktur dan dilakukan sebagai upaya untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah diterapkan sehingga dapat mencapai suatu keinginan yang diharapkan secara maksimal dengan persiapan-persiapan yang matang.

²³ Frank Jefkins, 1991, *Public Relations*, (Jakarta:Erlangga), Hal. 8

1. Peranan Humas

Menurut Dozier, D. M, bahwa peranan praktisi *public relations* dalam organisasi tersebut salah satu kunci untuk memahami fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi, disamping itu juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi PRO (pejabat Humas) dan pencapaian profesional dalam *public relations*. Menurut Dozier dan Broom bahwa peranan humas (*public relation*) dibagi menjadi 4 kategori dalam suatu organisasi yaitu sebagai berikut:

a. *Expert prescriber*

Dengan adanya praktisi ahli *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi maka dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

b. *Communication Fasilitator*

Dalam hal ini *public relation* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari organisasi yang bersangkutan sekaligus harus mampu menjelaskan keinginan kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

c. *Problem solving process fasilitator*

Peranan *public relation* dalam hal proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi

(keputusan) dalam mengatasi atau krisis yang tengah di hadapi secara rasional dan professional.

d. *Communication technician*

Dalam peranan *communication technician* ini sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau di kenal dengan *methode of communication in organization* dan system komunikasi dalam organisasi tergantung dari masinnng-masing bagian atau tingkatan yaitu secara teknis komunikasi baik atus maupun media komunikasi di pergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ketingkat atasan.²⁴

Berdasarkan pernyataan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwasanya humas memiliki peranan penting dalam suatu lembaga atau organisasi dan seseorang yang berada dalam bidang humas haruslah orang yang memiliki kemampuan tinggi, berpengalaman dapat menjadi komunikator atau mediator dalam berbagai hal, mampu bekerja sama dengan baik serta memiliki jiwa sosial yang tinggi.

2. Fungsi Humas

Secara umum fungsi Umum Humas adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan publik, baik publik internal maupun ekstrenal, menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya, memberi saran pemimpin mengenai cara-cara mengendalikan pendapat umum serta menumbuhkan

²⁴ Rosady Ruslan, 2021, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo), Hal. 21

motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan bagi organisasi atau lembaga.²⁵ Namun jika dikelompokkan secara internal dan eksternal, maka fungsi humas diantaranya yaitu :

1) Fungsi Internal

- a) *Public Relations* harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran atau citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan suatu lembaga. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.
- b) Penghubung antara manajemen dan publiknya.

2) Fungsi eksternal

- a) *Public Relations* harus mampu mengenali hal-hal yang dapat menimbulkan sikap negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/ kebijakan dijalankan.
- b) Memberi nasehat pada manajemen mengenai perkembangan luar atau dalam , yang menyangkut perusahaan dan publiknya.
- c) Membuat penelitian serta untuk hal-hal yang menyangkut kepentingan manajemen.
- d) Bertindak untuk kepentingan manajemen dalam merencanakan dan melaksanakan fungsi-fungsi umum.

²⁵Tuginem, S. Pd. , M. Pd, dkk, “*Otomatisasi Dan Tata Kelola Humas Dan Keprotokolan*”, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018)

3. Tujuan Humas

Tujuan dari public relation adalah untuk menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan public terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu Public Relation bertujuan untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Rincian tujuan Public relations itu ternyata luas, namun pada intinya tetap menjalin hubungan baik dengan para pihak atau publik - publik organisasi. Dengan begitu, organisasi menikmati keuntungan dan manfaat dari hubungan baik tersebut dan begitupun publik organisasi. Jadi, tak ada yang ditinggalkan atau diperalat dalam hubungan yang terjalin dengan baik tersebut. ²⁶Adapun tujuan humas jika dirincikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Humas bertujuan untuk mengubah citra suatu organisasi atau perusahaan di mata masyarakat.
- b. Bertujuan untuk meningkatkan kualitas calon karyawan jika hasil riset menunjukkan bahwa karyawan yang direkrut sebelumnya bukanlah orang-orang terbaik.
- c. Mempublikasikan cerita sukses perusahaan kepada masyarakat untuk mendapatkan pengakuan jika hasil riset menunjukkan bahwa masyarakat belum mengakui perusahaan perusahaan yang berkualitas.

²⁶ Binus University, "Landasan Teori", Di akses dari library.binus.ac.id-2020

d. Memperbaiki hubungan perusahaan dengan masyarakat jika riset menunjukkan terdapat kesalahpahaman, kesangsian dan bahkan kecemasan dari khalayak terkait terjadinya krisis yang di alami perusahaan. Tujuan humas untuk memperbaiki persepsi perusahaan di kalangan pemerintahan.²⁷

B. Minat

Minat dapat diartikan dorongan dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan yang lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.²⁸

Minat juga dapat dikatakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pertanyaan yang menunjukkan bahwa terdapat rasa menyukai suatu hal daripada yang lainnya, dapat pula diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas.²⁹ Minat dapat timbul dengan di dahului oleh suatu pengalaman. Selain itu minat dapat di tumbuhkan dengan adanya

²⁷Drs. Morissan, S. H. , M. A, “*Manajemen Public Relation*”, (Jakarta : Kencana, 2008), H 150

²⁸ Aulia dkk, 2023, *Minat Bermaian dan Perkembangan Anak*, (Padang sumatera barat :PT GLOBALEKSEKUTIF TEKHNOLOGI), hal. 2

²⁹ Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2010) h.180

rangsangan rangsangan dari suatu objek (pelajaran) yang ada kaitannya dengan kebutuhan dirinya.³⁰

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu hal yang ia sukai sehingga akan membuatnya aktif dalam segala hal yang ia sukai atau minat dan dilakukan dengan senang hati, semangat yang tinggi tanpa adanya paksaan sehingga memunculkan kepuasan tersendiri baginya.

Selain itu minat juga dapat dikatakan sebagai rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Selain itu minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow mengatakan bahwa “Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang di rangsang oleh kegiatan itu sendiri. Jadi minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan di peroleh kemudian.³¹

Berdasarkan pendapat di atas minat adalah adanya rangsangan atau dorongan untuk melakukan sesuatu yang kemudian di ekspresikan dan minat tumbuh seiring berjaannya waktu setelah banyak pengalaman atau melalui keadaan keadaan tertentu dalam hidup yang dijalani. Selain itu kata minat lebih

³⁰ Ester Reni Sawitri, ”*Model discovery Learning Berbantuan Komik Untuk Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar*”, (Jawa Timur, Tisara Grafika, 2019)H 12

³¹ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta:BumiAksara), 2015, hal 121

menggambarkan motivasi, yang mempengaruhi perhatian, berfikir dan berprestasi. Minat sendiri dapat dibedakan menjadi:

1. Minat pribadi, yaitu ciri pribadi individu yang relatif stabil. Minat pribadi di tujukan pada suatu kegiatan atau topik yang spesifik, misalnya minat pada music, kesenian, ilmu pengetahuan, computer, olahraga, dan lain-lain.
2. Minat Situasional, yaitu minat yang ditumbuhkan oleh kondisi atau faktor lingkungan, misalnya peran pendidikan formal, informasi yang diperoleh melalui buk, internet atau televisi.
3. Minat sebagai keadaan Psikologis, yakni bila seseorang memiliki penilaian yang tinggi untuk suatu kegiatan dan pengetahuan yang tinggi terhadap kegiatan tersebut. Jadi minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap sesuatu untuk memenuhi dorongan hati, serta merupakan dorongan dari dalam diri yang mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan. Crow berpendapat bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi tumbuhnya minat yaitu:
 - a. Dorongan dari dalam individu
 - b. Motivasi sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

c. Faktor emosional, factor ini berhubungan erat dengan emosi.³²

Dengan melihat hal di atas minat nyatanya memiliki banyak jenisnya berbeda-beda yang dapat di timbulkan dari beberapa faktor tersendiri dalam diri individu, tergantung situasi dan lingkungan sosial yang di alami seseorang dan ini merupakan salah satu pendorong minat tersendiri karena nyatanya keinginan seseorang terkadang juga dapat di pengaruhi oleh lingkungan dan pergaulannya dalam kehidupan sehari hari.

Minat menggambarkan suatu keadaan individu yang cenderung mempunyai perhatian secara spesifik terhadap keinginan atau sesuatu untuk di ketahui secara dalam. Sementara itu, bakat merupakan suatu kelebihan yang dimiliki seseorang sejak lahir, bisa di katakan melekat dalam dirinya sendiri. Minat timbul karena ada perhatian yang mendalam terhadap suatu objek. Perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta membuktikan lebih lanjut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam minat terkandung suatu usaha mendapatkansesuatu dari objek minat tersebut.³³

Objek dari minat bisa berbagai macam, baik makhluk hidup, aktivitas, benda mati, pekerjaan dan lain-lain. Minat merupakan persepsi bahwa suatu aktifitas menimbulkan rasa ingin tahu dan menarik, biasanya disertai oleh keterlibatan kognitif dan afektif yang positif. Slameto menyatakan bahwa

³² Ratnawati, Rini Puspitasari, *psikologi pendidikan* (Curup:Lp2 STAIN Curup), 2013, hal 103

³³ Risnanosanti, "Pengembangan minat dan Bakat Belajar siswa", (Malang, Literasi Nusantara Abadi, 2022) H 65

minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³⁴

Adapun dalam bukunya *The dictionary of Philosophy and psychology*, sudarsono menyatakan bahwa Minat Adalah perhatian dan empati (kecendrungan) dalam pikiran. Perangkat mental mencakup emosi, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan, dan kecendrungan lain yang memandu individu untuk membuat keputusan tertentu. Minat adalah kecintaan atau minat terhadap kegiatan yang berkaitan dengan nilai nilai yang mendorong orang untuk membuat pilihan dalam hidup. Minat dapat di simpulkan sebagai tingkat kegembiraan atau minat pribadi dalam aktivitas, atau dorongan yang kuat, karena aktivitas tersebut dianggap menyenangkan dan menambah nilai padanya.³⁵

Dengan melihat pendapat diatas dapat di artikan banyak sekali definisi tentang minat yang menekankan bahwa minat merupakan titik kecenderungan atau rasa ingin tahu seseorang terhadap sesuatu yang sangat menarik bagi dirinya sehingga akan membuat seseorang jauh lebih bersemangat dalam menggapai dan menjalankannya.

³⁴Sariana, N. , Afif, A. , & Kusyairy, U. (2017). *PENGARUH PENERAPAN BRAIN GYM TERHADAP MINAT BELAJAR PADA MATA PELAJARAN FISIKA*. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 5(2), 82-88.

³⁵Lenny leorina evinita, Dkk, ”peningkatkan kinerja pelayanan publik berdasarkan pengembangan karier, kompensasi, dan minat pegawai”, (yogyakarta, bintang semesta media, 2022)H 11

C. Teori Strategi Hubungan Masyarakat

Strategi humas adalah suatu alternatif optimal untuk mencapai tujuan. Adapun maksud dari tujuan itu sendiri adalah penegakkan citra atau image yang menguntungkan bagi organisasi dalam menjalankan tujuannya.

Strategi humas dalam mencapai tujuannya terkait dengan kepentingan dari perusahaan atau organisasi maka memerlukan atau melalui cara-cara/strategi yang benar-benar matang agar kegiatan dalam mencapai tujuan tersebut sesuai dengan tujuan atau visi misi awal dari organisasi.³⁶

Dalam melancarkan suatu strategi humas harus di dukung dengan teori. Teori merupakan pengetahuan mendasar dari pengalaman yang suda ada dan sudah diuji kebenarannya. Karena teori merupakan suatu statement (pernyataan) atau suatu konklusi dari beberapa statement yang menghubungkan (mengkolerasi) suatu statement yang satu dengan statement yang lainnya. Tujuan teori humas adalah untuk melihat, menemukan, mengorganisasikan dan menyimpulkan tentang suatu hal. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori P. E. N. C. I. L. S ala Philip Kontler.

Teori PENCILS ini merupakan sebuah teori terkait strategi dalam melaksanakan tugas, peran dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan di dalam konsep ini memiliki konsep-konsep yang saling berhubungan dalam praktek kerja *public relations*. Dalam hal ini Philip Kotler menjelaskan bahwasanya salah satu strategi untuk memenangi suatu persaingan yaitu dengan

³⁶ Eva Trianingsih, “Strategi Humas Dalam Membangun Citra Sekolah”, di akses dari eprints.umpo.co.id/2020

menggunakan public relation yang baik. Teori *Public relations* PENCILS, memiliki komponen utama, diantaranya sebagai berikut :

1. *Publication and publicity* (publikasi dan publisitas)

Fungsi dan tugas *Public Relation* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media terkait kegiatan dari perusahaan, yang seharusnya diketahui oleh public. Guna menghasilkan publisitas untuk mendapatkan tanggapan yang positif secara lebih luas.

2. *Event* (Penyusunan Program Acara)

Sebuah aksi yang berhubungan dengan masyarakat luas sebagai bentuk dari strategi *public relation* untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam hal ini biasanya event tersebut terdiri dari beberapa jenis diantaranya yaitu :

- a. *Calender event*, yang rutin (*regular event*) dimana event ini dilaksanakan pada waktu atau bulan tertentu sepanjang tahun.
- b. *Special event* atau *event* yang bersifat khusus, dimana event ini dilaksanakan pada suatu momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja seorang humas.
- c. *Moments events*, yaitu acara yang bersifat momental atau lebih khusus lagi.

1. *News* (Menciptakan berita)

Yaitu semua usaha yang dilakukan agar aktivitas tertentu dari suatu lembaga atau perusahaan menjadi bahan berita atau tajuk berita.

2. *Community Involvement* (Kepedulian pada komunitas)

Suatu usaha yang dilakukan oleh seorang PR untuk mengenalkan diri kepada masyarakat dengan cara mengadakan kontak sosial dengan kelompok tertentu, serta menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

3. *Informs or image* (Memberitahukan atau meraih citra)

Ada dua fungsi utama dari *public relation*, yakni memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga di harapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Proses dari “*Nothing*” menjadi “*Something*”. Dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu menjadi suka, dan kemudian di harapkan timbul sesuatu (*something*) yaitu berupa citra.

4. *Lobbying and Negitiating* (pendekatan dan bernegosiasi)

Keterampilan untuk melobi secara personal, dan kemampuan bernegosiasi sangat di perlukan bagi seorang PRO (*Public Relation Officer*), agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatu lembaga memperoleh dukungan dari individu dan

lembaga yang berpengaruh, sehingga timbul situasi yang menguntungkan (*win-win solution*).

5. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

Aspek tanggung jawab sosial dalam dunia *public relation* sangat penting. PR tidak hanya memikirkan keuntungan bagi lembaga atau organisasi serta tokoh yang di wakilinya, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat. Hal ini penting, supaya iamemperoleh simpati atau empati dari khalayaknya. Inilah yang di dalam teori *public relation* di sebut sebagai *social marketing*.³⁷

³⁷A mulioprastio, “*Teori-Teori Umum/Dasar*”, diakses dari e-jurnal. uajy.ac.id 2012.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dalam hal ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis berdasarkan jumlah atau banyaknya data yang dideskripsikan dalam bentuk data-data untuk dipahami dan disimpulkan.³⁸ Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.³⁹

Penelitian lapangan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode kualitatif ini lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif serta analisis terhadap hubungan antara analisis fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.

Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh. Uraian kesimpulan didasari oleh fakta yang didapat di lapangan diperoleh dan dibuat kesimpulan. Pengolahan datanya didasarkan pada analisis data.

Dengan menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan

³⁸Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1998), hal. 6

³⁹Ajat Rukajat, 2018, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: deepublish), hal. 6

kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif. Secara spesifik tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Sedangkan kualitatif adalah sifat pengambilan proses dan hasil yang tidak bersandar pada bentuk kata-kata, adapun penelitian yang penulis lakukan yaitu berusaha menampilkan tentang Strategi Humas Iain Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19.

2. Subjek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus subjek penelitian sebagai individu, benda atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Selain itu menurut Amirin subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang mengenyainya ingin diperoleh keterangan.⁴⁰

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek adalah Kepala bidang Humas IAIN Curup dan anggotanya berkisar 7 orang, serta kepala sekolah MAN Rejang lebong dan Kepala SMK IT Khoiru Ummah serta beberapa calon mahasiswa baru. Dalam pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. "*Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu".⁴¹

Ada beberapa pertimbangan peneliti dalam menentukan dan membatasi informan utama. Pertama, informan adalah pelaku utama sekaligus pemberi

⁴⁰Milasari dkk, 2022, *Metodologi Penelitian*, (Padang Sumastra Barat:PT Global Eksekutif Teknologi), Hal 103

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung :Alfabeta, 2015) , hal. 124

data utama bagi peneliti, sehingga memiliki relevansi secara langsung dengan penelitian. Kedua, informan mudah ditemui dan bersedia secara sadar untuk memberikan informasi tanpa keterpaksaan. Ketiga, informan semua Bagian Bidang humas dan Kepala sekolah serta pertimbangan lainnya yaitu mengenai biaya, waktu, lokasi, dan keadaan.

3. Jenis dan Sumber data

a. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah Kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu metode yang berusaha menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu.⁴² Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia deskriptif diartikan dengan menggambarkan.⁴³ Deskriptif adalah metode yang menggunakan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁴⁴

b. Sumber Data

Sumber data adalah “Banyaknya subjek dimana data itu diperoleh”. Data yang diambil bersumber dari responden yaitu kepala dan anggota bidang humas serta Kepala Sekolah MAN Rejang lebong, SMK IT Khoiru Ummah dan 10 calon mahasiswa baru. Adapun sumber data yang

⁴²Husaini Usman dan Purnomo Setiandy Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), hal. 4

⁴³Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1994), hal. 288

⁴⁴Consoelo ddk, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta : UI, 1993), hal. 71

digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dua sumber primer dan sekunder.

1. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama , misalnya dari individu atau perseorangan.⁴⁵ Dengan demikian, Sumber data yang diterima dari responden yang diperoleh secara langsung dariKepala dan anggota pada organisasi di bidang humas IAIN Curup, Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong, Kepala Sekolah SMK IT Khoiru Ummah serta beberapa calon mahasiswa baru melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah di kumpulkan oleh pihak lain bukan oleh riset sendiri untuk tujuan yang lain. ini mengandung arti bahwa periset sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut (kadang sudah berbentuk informasi) kepihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan.⁴⁶ Periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk penelitiannya. Sumber data yang di ambil dalam data sekunder ini berupa dari literature-literatur penunjang, seperti bahan yang diambil dari perpustakaan.

⁴⁵ Husein umar, 2003, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Hal. 84

⁴⁶ Istijanto, 2003, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran* (Cara praktis meneliti konsumen dan pesaing) Jakarta : Gramedia, Hal 38

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data selengkapnya dan dapat dipertanggung jawabkan orisinalitasnya, maka teknik yang peneliti lakukan dilapangan antara lain melui pengamatan (observasi), wawancara (interview), dan dokumentasi, ketiga teknik ini dilakukan secara bertahap dan menyatu (integratif), berikut uraiannya:

1) Pengamatan (Observasi)

Pengamatan atau yang sering disebut dengan observasi menurut Matthews and Cross merupakan proses mengamati subjek penelitian beserta lingkungannya dan melakukan perekaman dan pemotretan atas perilaku yang diamati tanpa mengubah kondisi alamiah subjek dengan lingkungan sosialnya.⁴⁷ Metode ini peneliti gunakan untuk melihat dan mencatat langsung keterangan-keterangan atau informasi dari responden sesuai dengan realitas dan proses pengumpulan data yang lebih akurat.

2) Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan bahan berita (data atau fakta).⁴⁸ Sedangkan menurut Masringaribuan metode wawancara itu untuk mendapatkan informasi dengan pertanyaan langsung dengan responden.⁴⁹

⁴⁷ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi dan Focus Groups*, (Jakarta :PT raja Grafindo Persada, 2013), hal. 130

⁴⁸ Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Praktis*, (Bandung :PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 35

⁴⁹ Masringarimbuan, Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : LPJ. ES, 1995), hal. 192

Wawancara yang peneliti pakai adalah wawancara yang tidak terstruktur, wawancara ini memiliki inti yakni wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman yang digunakan berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵⁰ Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Sudijonobahwa wawancara adalah menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab lisan secara sepihak berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditentukan.

Wawancara ini dilakukan kepada Ketua dan Anggota bidang humas IAIN Curup serta Kepala sekolah MAN Rejang Lebong, Kepala Sekolah SMKIT Khoiru Ummah serta beberapa calon mahasiswa baru. Teknik ini digunakan untuk memperoleh tentang informasi Strategi Humas IAIN Curup, Faktor pendukung dan penghambat serta Dampak positif negatif Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19.

2. Dokumentasi

Menurut KBBI, dokumentasi merupakan suatu proses pengumpulan, pengolahan, pemilihan, dan juga penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan yang memberikan atau mengumpulkan bukti terkait dengan keterangan, seperti halnya kutipan, gambar, sobekan Koran, dan bahan referensi lainnya.

⁵⁰Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan RD*, (Bandung : Alfabeta, Cet 18-2013), hal 132

Gottschalk juga menyatakan bahwa dokumen (dokumentasi) dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang di dasarkan atas jenis sumber apapun baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran atau arkeologis.⁵¹ Dokumentasi juga merupakan penggalian informasi melalui dokumen-dokumen penting seperti riwayat keberadaan, data-data pada kegiatan sosial, dan sebagainya. Lewat metode ini pula, peneliti berharap akan dapat melihat data dari dimensi yang lainnya selain yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara.

Selain itu dokumentasi juga adalah suatu proses penelusuran terhadap literature dan arsip-arsip serta laporan-laporan yang peneliti jadikan bahan penunjang dalam proses penelitian ini.

5. Teknik Analisa Data

Data yang telah dikumpulkan secara kritis dan diklasifikasikan dengan dengan variable permasalahan sehingga ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. *Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dimaksudkan untuk memperoleh data yang lebih fokus mengarah terhadap permasalahan,

⁵¹Imam Gunawan, 2013, *Metode paenelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*, (Jakarta:PT Bumi Aksara), Hal 175

halini dilakukan karena data yang menumpuk sulit memberikan gambaran yang jelas. Dan juga merupakan penyederhanaan yang muncul dari catatan di lapangan sebagai upaya untuk mengorganisasikan data dalam memudahkan menarik kesimpulan.

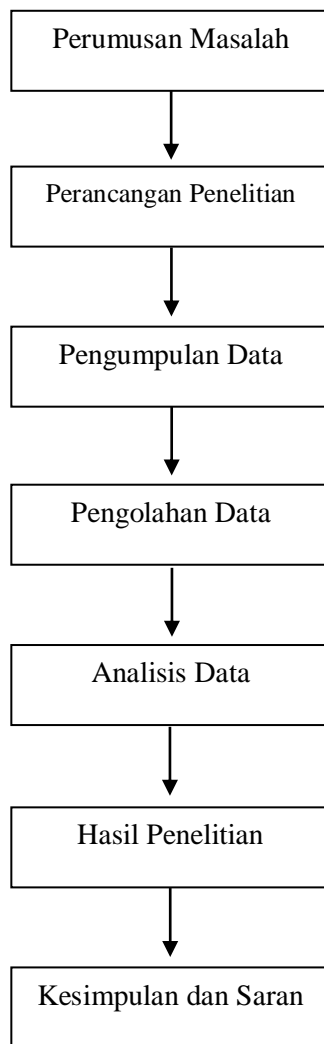
b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pictogram dan sejenisnya. Namun, Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif.

c. *Verification* (Menarik Kesimpulan)

Reduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan bersifat saling berkaitan antar sebelum dan sesudah pengumpulan dan kemudahan membuat kesimpulan.⁵² Mengumpulan data merupakan kesimpulan dari data-data informasi yang diperoleh dari hasil pengumpulan data baik menggunakan interview atau wawancara. Dan data yang terkumpul masih berupa data mentah yang belum diolah, sehingga masih perlu dipilih mana yang dianggap penting dan yang dianggap tidak penting hal ini dilakukan agar peneliti dapat menarik kesimpulan dari data yang sudah di pilih. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Penemuan ini dapat berupa deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas.

⁵²Anas Sujono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2001), hal. 40-41

SKEMA TAHAPAN / DAN JALANNYA PENELITIAN**Gambar 3.1** Skema Tahapan Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Wilayah Setting Penelitian

1. Sejarah Istitut Agama Islam Negeri Curup (IAIN)

Kelahiran IAIN Curup memiliki latar belakang sejarah yang panjang. Pada awalnya IAIN Curup hanyalah sebuah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang yang berada di curup. Gagasan pendiri Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan pembentukan panitia persiapan pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah cabang curup tanggal 21 Oktober 1962. 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 Prof. Ibrahim Husein dan lain sebagainya.⁵³

Tak lama setelah panitia persiapan pendirian Fakultas Ushuluddin Raden Fatah cabang Curup di bentuk, di dirikan pula Yayasan Taqwa Palembang cabang Curup. Gagasan pendirian Fakultas Ushuluddin ini memperoleh sambutan hangat dan semangat dari seluruh lapisan masyarakat curup. Dengan mendapat dukungan yang banyak dari berbagai pihak, pada tahun 1963 Yayasan Taqwa Palembang cabang Curup mendirikan Fakultas Syari'ah dengan status swasta. Fakultas yang lahir ini di pimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai Dekan dan Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan.

⁵³IAIN Curup, " Sejarah IAIN Curup", Di akses dari iaincurup.ac.id

Hampir bersamaan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang yang semula sebagai cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah Curup juga di ganti menjadi Fakultas Ushuluddin. Dengan keluarnya surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 86 tahun 1964, tahun 1964 Fakultas Ushuluddin yang semula berstatus swasta berubah menjadi negeri. Unsur pimpinan saat itu adalah KH. Amin Addary sebagai Dekan, Drs. Djam'an nur sebagai wakil Dekan I dan III, M. Yusuf Rachim, SH. Sebagai wakil Dekan II dan IV. Surat keputusan perubahan status dari yang awalnya swasta berubah menjadi negeri di atas disusul dengan penerbitan surat keputusan Menteri Agama nomor : 87 tahun 1964 yang menyatakan bahwa Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup merupakan bagian tidak terpisahkan dari IAIN (Al-Jami'ah Islamiyyah Al-Hukumiyyah) Raden Fatah yang berkedudukan di Palembang ibu Kota provinsi Sumatra Selatan.⁵⁴

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan kontribusi penting bagi perkembangan peradaban Islam di Kabupaten Rejang Lebong, terutama bidang keagamaan. Fakultas Ushuluddin ini juga memperoleh apresiasi dan dukungan yang menggembirakan dari pemerintah daerah Rejang Lebong. Salah satu bukti konkret dari perhatian pemerintah daerah terhadap Fakultas ini adalah bantuan yang diberikan oleh Bupati Rejang Lebong Syarifuddin Abdullah pada tahun 1964, yaitu berupa mobil jeep dan Rover,

⁵⁴ *Ibid*

uang rutin setiap bulan Rp. 10.000,-bensin premium 15 liter setiap hari, mesin ketik dan seperangkat kursi dan meja untuk ruanga tamu dan pimpinan.

Nampaknya bantuan bagi Fakultas Ushuluddin tidak hanya di peroleh sesama Bupati Syarifuddin Abdullah. Tahun 1967 ketika Drs. Mahally menjabat sebagai Bupati Kabupaten Rejang Lebong, disamping subsidi rutin berupa uang dan bensin masih terus berjalan, sebidang tanah sengan seluas hampir dua hektar di Dusun Curup juga di berikan untuk pembangunan gedung guru yang lebih pandai.

Dalam perjalanan sejarahnya, lokasi perkuliahan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup pernah berpindah-pindah beberapa kali. Dari tahun 1963 hingga 1964 di tempati gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Curup yang berlokasi di Talang Rimbo Curup. Tahun 1965 hingga 1968 digunakan gedung yang saat ini menjadi Universitas Pat Petulai Curup di jalan Dwi Tunggal. Dari tahun 1969 hingga tahun 1981 pernah di gunakan gedung Yayasan Rejang Setia ekas sekolah Belanda (HIS) di jalan Setia Negara. Kemudian baru tahun 1982 Fakultas Ushuluddin bisa bernafas lega karena sudah menempati bangunan sendiri berkat bantuan dari pemerintah yang berlokasi di Jl. Dr. Ak. Gani Curup hingga saat ini.⁵⁵

IAIN Curup adalah Perguruan Tinggi Negeri Islam favorit yang berada di provinsi Bengkulu Kabupaten Rejang Lebong. Perguruan Tinggi yang awalnya hanya sebuah Fakultas dari IAIN Raden Fatah Palembang. Kini bukan hanya

⁵⁵ *Ibid*

sekedar menjadi Perguruan Tinggi Islam tetapi mempunyai kreadibilitas baik dari tahun ke tahun.

IAIN Curup menjadi salah satu Kampus Islam Negeri di Bengkulu sekaligus penyanggah dari Provinsi lain yakni Kota Lubuk Linggau Palembang Provinsi Sumatra Selatan, dan Provinsi Jambi. Memiliki Fasilitas yang mendukung proses belajar mengajar. Selain bernuasa islam IAIN Curup memiliki tiga Fakultas diantaranya Fakultas Dakwah, Tarbiyah dan Syariah.⁵⁶

Dalam perkembangannya sebagai kampus negeri, kampus Institut agama islam negeri Curup tentunya tidak terlepas dari peran humas dimana, humas memiliki peran strategis dalam membangun citra dan reputasi dari lembaga tidak terkecuali dalam menarik minat mahasiswa baru.

2. Visi dan Misi IAIN Curup

Visi IAIN Curup :

Menjadi perguruan tinggi yang bermutu dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis islam moderasi di tingkat Asia Tenggara tahun 2045.

Misi IAIN Curup :

- a. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermutu berbasis islam moderasi
- b. Meningkatkan publikasi ilmiah yang bermutu berbasis islam moderasi ;dan
- c. Melaksanakan pemberdayaan masyarakat yang bermutu berbasis islam moderasi.⁵⁷

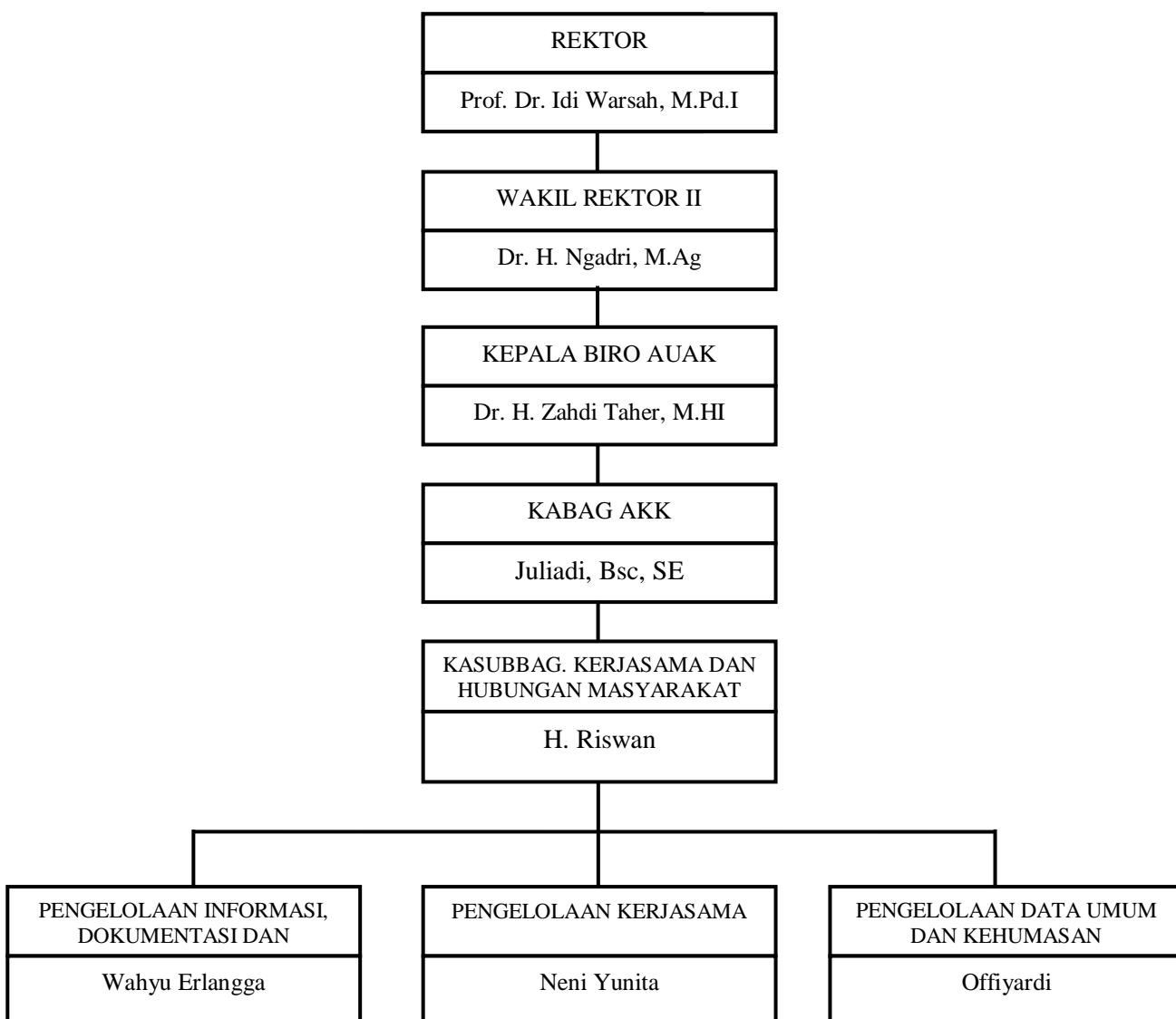
⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ *Ibid*

3. Struktur Humas IAIN Curup

(Gambar 4.1 Tentang Struktur Humas IAIN Curup)

STRUKTUR HUMAS INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP (IAIN)



Dari gambar 4.1 tentang struktur organisasi Institut agama islam negeri curup, menjelaskan :

- a). Rektor Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I
- b). Wakil rector II Dr. H. Ngadri, M.Ag
- c). Kepala Biro AUAK Dr. H. Zahdi Taher, M.HI
- d). Kabag AKK Juliadi, Bsc, SE
- e). Kasubag. Kerjasama dan Hubungan Masyarakat H. Riswa
- f). Pengelola Informasi dan Dokumentasi Wahyu Erlangga
- g). Pengelolaan Kerja Sama Neni Yunita
- h). Pengelolaan Data Umum dan Kehumasan Offiyardi

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, yang telah diuraikan dalam bab pertama, diantaranya terkait dengan strategi humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19, faktor pendukung dan penghambat humas dalam menarik minat mahasiswa, dan dampak dari strategi humas, guna mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berikut uraian deskripsi hasil dari kegiatan penelitian, diantaranya yaitu :

1. Strategi Humas IAIN Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Covid-19

Perguruan tinggi sebagai organisasi penyedia jasa pendidikan perlu membangun dan mengolah citranya. Hal ini akan berkaitan dengan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya

yang melekat pada institusi pendidikan. Sebuah perguruan tinggi harus secara nyata mampu mengolah pendidikannya dan mampu melahirkan alumni yang berkualitas sehingga dengan demikian hal ini akan menjadi citra yang positif, yang nantinya akan menjadi nilai tambah ataupun dasar pertimbangan bagi para calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya. Hal ini belum lagi ditambah dengan kondisi dimana persaingan perguruan tinggi semakin ketat. Hal ini terjadi karena banyaknya perguruan tinggi yang sudah maju ditunjang dengan sarana dan prasana kualitas pendidikan yang memadai menambah persaingan di antara perguruan tinggi. Sehingga perlu adanya humas perguruan tinggi.⁵⁸ Adanya unit kehumasan pada suatu instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam penyebarluasan informasi terkait aktivitas dari instansi, baik keluar maupun ke dalam. Karena humas merupakan suatu alat atau jembatan untuk memperlancar jalannya intraksi serta penyebarluasan informasi.⁵⁹

Dalam hal ini semua lembaga atau institusi tentunya ingin berhasil dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tersebut tentunya berdasarkan pada kemampuan yang dimiliki oleh suatu lembaga atau pihak yang bertanggung jawab, seperti halnya dengan humas yang bertanggung jawab untuk mempertahankan citra positif sehingga dapat berdampak positif terhadap suatu lembaga atau institusi tertentu. Oleh sebab itu perlu adanya strategi humas atau suatu alternatif optimal untuk mencapai tujuan. Adapun maksud dari tujuan itu sendiri adalah penegakkan citra atau image yang menguntungkan bagi organisasi dalam menjalankan tujuannya termasuk dalam menarik mahasiswa. Strategi

⁵⁸ Sumarni, "*Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar*"- Di akses dari digilibadmin.unismuh.ac.id-2020

⁵⁹ *Ibid*

humas dalam mencapai tujuannya yaitu berkaitan dengan kepentingan dari perusahaan atau organisasi sehingga memerlukan adanya cara-cara/ strategi yang benar-benar matang agar kegiatan dalam mencapai tujuan tersebut sesuai dengan tujuan atau visi misi awal dari organisasi.⁶⁰ Humas dalam melaksanakan tugasnya bukan pekerjaan yang mudah. Humas harus dikerjakan oleh orang-orang yang selalu berfikir kreatif dan inovatif untuk dapat menarik minat calon mahasiswa baru. Tugas sebagai Humas sangat berat dan luas. Karena itu, Humas harus mempunyai perencanaan dalam menyusun strategi dan selalu berfikir konseptual dalam arti memperoleh kebenaran, usaha dan pola berfikir untuk mencapai tujuan dan sasaran.⁶¹

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tatananan strategi humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19. Dalam wawancara dengan pihak humas IAIN Curup bapak Eko Carles, ia menyatakan :

“Sebelum saya menjawab terkait dengan strategi, bapak ingin menjelaskan bahwa mahasiswa baru kita di kampus ini terdapat panitia tersendiri. Dalam artian bahwa kampus membentuk sebuah panitia besar, nah nanti panitia tersebut membentuk suatu strategi. yang mana isi dalam kepanitiaan itu prodi-prodi, kemudian tim IT dan lainnya, kemudian humas termasuk di dalam itu, dalam artian bukan humas itu menjadi penggerak utama untuk mencari mahasiswa baru. Dalam tatanan humas, humas tetap memiliki strategi untuk mendukung kegiatan kepanitiaan penerimaan mahasiswa baru, dengan cara membuat pamflet, brosur dan sebagainya, melakukan atau mempublikasikan itu semua”. Tapi secara keutuhan misalnya humas turun ke ini (lapangan) memang tidak ada, karena secara kedanaan atau secara fungsi yang sebenarnya humas diturunkan untuk mencari

⁶⁰ Eva Trianingsih, “*Strategi Humas Dalam Membangun Citra Sekolah*”, di akses dari eprints.umpo.co.id/2020

⁶¹ Sumarni, “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar*”- Di akses dari digilibadmin.unismuh.ac.id-2020

mahasiswa itu tidak ada, karena dikampus ini dibentuk adanya panitia khusus dan humas tergabung didalam itu sebagai pendukung”.⁶²

Tidak hanya itu terkait dengan strategi humas dari hasil wawancara dengan bapak Eko Carles selaku pihak humas menyatakan :

“Saya mewakili dari anggota tim humas kalau secara strategi unggul selama kami dalam kepanitiaan mahasiswa baru sebenarnya ini harus ditanyakan bukan ke humas, karena ada panitia khusus. Dari ini nanti dikaji ulang, yang menyatakan humas itu sebagai atau untuk mencari mahasiswa baru itu dasarnya apa, karena humas itu termasuk dalam tim karena ada panitia sendiri. Namun kalau secara ini saya bisa menjawab strateginya itu dengan cara kita lebih banyak mempublikasikan membuat pamflet, brosur dan sebagainya serta tetap turun langsung ke lapangan mendatangi sekolah-sekolah, mendatangi daerah-daerah tertentu, kemudian jalan kita selanjutnya dengan mendekati alumni-alumni atau mahasiswa-mahasiswa kita yang berada di daerahnya masing-masing. Itu salah satunya bantuan dari prodi, karena turun ke lapangan itu pertama dari prodi, karena prodi memang punya tugas dan salah satunya melakukan sosialisasi prodi. Humas yang masuk dalam tim ikut menyebarkan informasi ke lapangan sebagai anggota penerimaan mahasiswa baru”.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Eko Carles terkait dengan strategi humas IAIN curup, ia menjelaskan bahwasanya humas bukan anggota utama dalam menarik minat mahasiswa baru, akan tetapi dalam hal ini humas tetap memiliki strategi agar siswa tertarik untuk masuk kampus IAIN Curup yaitu dengan cara penyebarluasan terkait informasi kampus berupa brosur dan pamflet. Sedangkan terkait dengan strategi lain dalam menarik minat mahasiswa baru yaitu dengan cara turun langsung ke lapangan, mendatangi daerah-daerah tertentu dan mendekati alumni-alumni atau mahasiswa-mahasiswa yang berada di daerahnya masing-masing dan hal tersebut pihak humas IAIN Curup lakukan karena pihak humas tergabung dalam tim atau anggota kepengurusan mahasiswa baru atau

⁶² Eko Carles, M.A, selaku Pengelola Data Umum dan Kehumasan IAIN Curup, wawancara, Tanggal 04 Juli 2023.

⁶³ *Ibid*

penarikan minat mahasiswa baru. Seperti yang dijelaskan dalam hasil wawancara bahwasannya humas bukan anggota utama dalam menarik minat mahasiswa baru akan tetapi humas masuk dalam tim/panitia khusus untuk menarik minat mahasiswa baru tersebut, adapun yang termasuk dalam tim khusus tersebut yaitu prodi dan tim IT serta pihak lainnya.

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Eli Surwita dalam wawancara terkait dengan strategi humas dimana ia menyampaikan :

“Dalam menarik minat calon mahasiswa baru kita selaku pihak humas melakukan penyebaran informasi terkait kegiatan-kegiatan penting kampus, dimana kegiatan tersebut kita sebarluaskan dengan cara memanfaatkan media sosial yang dimiliki kampus kita dimana media sosial tersebut kita kelola adapun media sosial tersebut seperti instagram, website dan facebook, tidak hanya itu kita pihak humas juga mendukung strategi tersebut dengan membuat pamlet yang menarik dan brosur untuk dibagikan ke lapangan atau sekolah-sekolah”.⁶⁴

Tidak hanya itu dalam wawancara ibu Eli Surwita dalam wawancaranya juga menjelaskan :

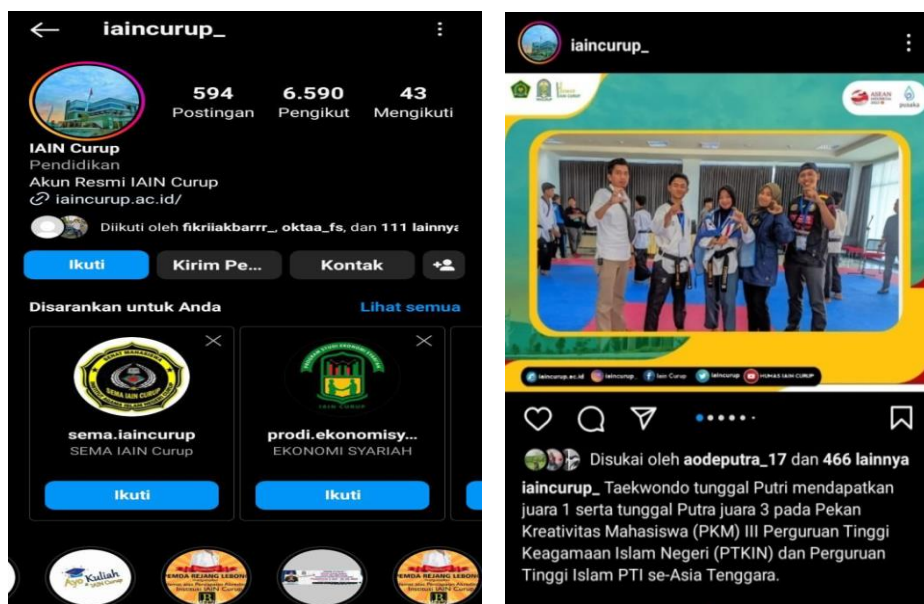
“Terkait dengan strategi dalam menarik minat calon mahasiswa baru tentu perlu adanya kegiatan secara langsung yang dapat menarik minat dan ketertarikan siswa atau calon mahasiswa tersebut untuk masuk ke kampus kita dimana hal tersebut kita selaku pihak humas melakukan sosialisasi atau bekerja sama dengan guru-guru agar siswa-siswanya mengenali kampus kita atau kampus IAIN Curup dan mengajak siswa-siswa tersebut untuk mendaftar atau masuk ke kampus kita, tetapi terkait dengan penarikan minat mahasiswa baru tidak terlepas dari tim-tim lainnya seperti prodi dan mahasiswa”.⁶⁵

⁶⁴ Eli Surwita, Humas Iain Curup, Wawancara tanggal 04 Juli 2023

⁶⁵ *Ibid*

Pemanfaatan media sosial dalam upaya publikasi informasi kampus iain curup

Gambar 4.2 Akun Instagram IAIN Curup



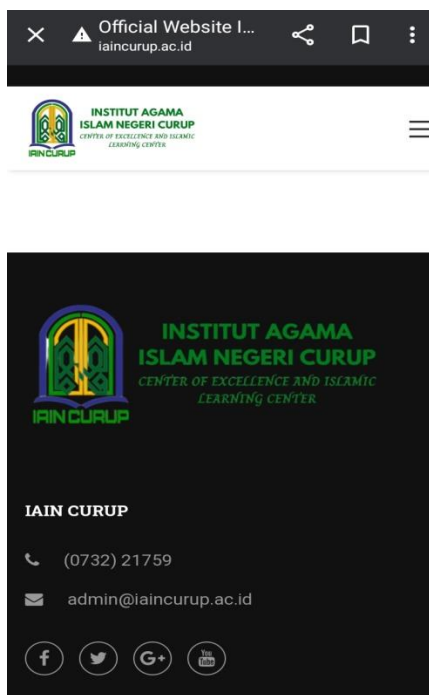
(Sumber : Akun Instagram IAIN Curup)

Gambar 4.3 Akun Facebook IAIN Curup



(Sumber : Akun Facebook IAIN Curup)

Gambar 4.4 Website IAIN Curup



(Sumber : iaincurup.ac.id)

Dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan ibu Eli Surwita strategi humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru yaitu dengan cara melakukan penyebarluasan informasi kampus yang penting dan menarik untuk diketahui dimana penyebarluasan tersebut menggunakan media sosial tidak hanya itu pihak humas juga menyediakan brosur untuk dibagikan kepada siswa-siswa pada saat turun ke lapangan secara langsung dan melakukan kerja sama dengan guru-guru dan pihak lainnya yang tergabung dalam tim untuk menarik mahasiswa baru seperti prodi-prodi di kampus IAIN Curup serta dukungan-dukungan dari mahasiswa-mahasiswa Institut agama Islam negeri curup itu sendiri .

Tidak hanya dari pihak humas iain curup, Bapak Welman Hadi, selaku kepala sekolah SMK IT Khoiru Ummah juga menjelaskan terkait strategi humas yang biasanya di digunakan dalam menarik minat mahasiswa baru di SMK IT Khoiru Ummah, ia menyampaikan :

“Kebanyakan yang digunakan tekniknya yaitu berceramah dengan menampilkan slide-slide yang ada. Nah yang ditampilkan lebih ke penjelasan secara umum, menjelaskan kepada siswa dan itu lebih kepada prosesnya dua arah sifatnya, jadi mereka menjelaskan kemudian ada proses tanya jawab yang digunakan oleh tim humas. Salah satu yang dijelaskan kemaren itu dijelaskan program beasiswa yang diberikan oleh iain curup untuk siswa kita yang masuk ke iain curup.”⁶⁶

Dari penjelasan bapak Welman Hadi ia menjelaskan salah satu strategi Humas IAIN Curup yaitu dengan turun langsung ke sekolah atau lapangan dengan menggunakan teknik komunikasi dua arah atau komunikasi secara tatap muka dengan siswa-siswi SMK Khoiru Ummah, kemudian menjelaskan terkait dengan

⁶⁶ Welman Hadi, Kepala sekola SMK IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, Wawancara, Tanggal 24 Juli 2023.

program-program kampus dengan menampilkan slide-slide atau *power point* dan memberikan kesempatan kepada siswa-siswi untuk memberikan pertanyaan.

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak Ade Parnandes selaku waka kesiswaan di MAN Rejang Lebong juga menyampaikan terkait strategi yang digunakan oleh humas iain curup :

“Biasanya kalau di sekolah kami MAN Rejang Lebong ada pihak dari iain curup atau humas iain curup dan juga mahasiswa-mahasiswa iain curup yang melakukan sosialisasi disini, tidak hanya melakukan sosialisasi secara langsung kepada siswa kami tetapi melakukan sosialisasi atau lobi kepada kami para guru.”⁶⁷

Dari penjelasan di atas bapak Welman Hadi menyampaikan bahwasannya dalam menarik minat mahasiswa baru pihak humas iain curup melakukan sosialisasi dan lobi baik kepada pihak guru maupun kepada siswa siswi di MAN Rejang Lebong.

Dari pernyataan-pernyataan di atas penulis menyimpulkan secara khusus bahwasannya strategi humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru yaitu dengan cara penyebarluasan brosur dan pamflet. Sedangkan secara fungsinya dalam kepanitiaan penarikan minat mahasiswa baru, pihak humas melakukan sosialisasi ke lapangan baik itu sekolah-sekolah, daerah-daerah tertentu, maupun melakukan pendekatan dan lobi dengan alumni-alumni mahasiswa IAIN Curup dan guru-guru, serta mahasiswa-mahasiswa IAIN Curup.

⁶⁷ Ade Parnandes, S.Kom , Waka Kesiswaan MAN Rejanng Lebong, Wawancara, Tanggal 12 Agustus 2023.

2. Faktor pendukung dan Penghambat Humas IAIN Curup dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru

Berdasarkan hasil uraian wawancara dapat diketahui bahwa keberhasilan strategi humas Institut agama islam negeri curup dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru tidak terlepas dari faktor pendukung. Sementara pendukung dan penghambat dalam implementasi strategi tidak terlepas dari beberapa faktor penghambat. Untuk menjawab faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas Institut agama islam negeri curup dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, dilakukan dengan menganalisis faktor internal maupun eksternal yang menjadi pendukung dan penghambat dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Faktor pendukung adalah hal-hal yang mempengaruhi sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi lebih dari sebelumnya. Dapat dikatakan faktor pendukung merupakan suatu keadaan yang dapat mendukung seseorang mengimplementasikan sesuatu, seperti peran teman, lingkungan, keluarga atau bahkan kesadaran diri sendiri dalam melaksanakan sesuatu. Sedangkan faktor penghambat itu sendiri adalah hal-hal yang berpengaruh sedikit atau bahkan menghentikan sesuatu menjadi lebih dari sebelumnya. Dapat diartikan bahwa faktor penghambat merupakan sesuatu yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengimplementasikan sesuatu, seperti pengaruh yang disebabkan dari dalam diri sendiri yaitu rasa malas dan terbawa arus pergaulan remaja, selain itu faktor lingkungan, teman bahkan keluarga yang kurang mendukung akan memberikan

dampak yang kurang baik. Dalam hal ini,⁶⁸ adapun yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu dari segi internal dan eksternal.⁶⁹

Faktor internal adalah segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Institut agama islam negeri curup (IAIN). Faktor internal sangat mendukung dan berpengaruh dalam upaya meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Adapun faktor eksternal meliputi Keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung, media merupakan sarana penyampaian informasi dan penyalur suatu aspirasi. Peran media yang sangat strategis dianggap sebagai sarana yang paling efektif untuk penyebarluasan informasi terkait kegiatan dan kebijakan kampus.⁷⁰

Dalam hal ini menurut bapak Eko Carles dalam wawancara terkait dengan faktor pendukung strategi humas itu sendiri yaitu :

“Salah satu faktor pendukungnya adalah pimpinan kita itu sangat mendukung setiap kegiatan-kegiatan yang memang kita tampilkan untuk kemajuan kampus dan menarik mahasiswa baru. Pimpinan-pimpinan lainnya itu juga sangat mendukung apapun yang dilakukan oleh humas dalam rangka untuk memajukan kampus dan itu tentunya menjadi faktor pendukungnya. Pimpinan kita yang legowo, welcome, terhadap kita tentunya menjadi penguat untuk kita humas dalam bekerja. Motivasi juga menjadi salah satu pendukungnya. Kemudian dukungan dari keluar besar dari IAIN curup yang mendukung humas dengan membantu memberikan informasi-informasi untuk disebarkan oleh humas baik dari unit prodi maupun pihak-pihak lainnya.”⁷¹

⁶⁸ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, “*Teori Faktor Pendukung Dan Penghambat*”, Di akses dari repository.umy.ac.id-2020

⁶⁹ Sumarni, “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar*”- Di akses dari digilibadmin.unismuh.ac.id-2020

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ Eko Carles, M.A, Selaku Pengelola Data Umum dan Kehumasan IAIN Curup, wawanacara, Tanggal 04 Juli 2023.

Tidak hanya terkait dengan faktor pendukung, dalam wawancara bapak Eko Carles juga menjelaskan terkait faktor penghambat humas dalam menjalankan strategi humas menarik minat mahasiswa baru, ia menyampaikan :

“Faktor penghambat kita salah satunya adalah kekurangan tim humas atau kuranya sumber daya manusia (SDM). Kemudian yang lain kita kekurangan sarana prasana yang memang belum terlalu mendukung, kita memaklumi hal tersebut karena kami juga baru di humas kemudian pak rector itu baru satu tahun menjabat jadi banyak yang belum sempat kita perbaiki, namun kita berangsur-angsur memperbaiki itu semua, sambil jalanlah kita perbaiki kemudian tetap mempertahankan apa yang bagus itu.”⁷²

Dalam hasil wawancara tersebut terkait dengan faktor pendukung dan penghambat strategi Humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru, bapak Eko Carles menjelaskan bahwasanya yang menjadi pendukung humas yaitu adanya dukungan dari berbagai pihak terutama dukungan dari pimpinan-pimpinan organisasi kampus iain curup. Kemudian terkait dengan faktor penghambat itu sendiri bapak Eko Carles menjelaskan penghambat berjalannya strategi humas itu sendiri yaitu terkait dengan sumber daya manusia atau tim humas yang kurang dan sarana prasana yang dimiliki oleh humas yang kurang memadai.

Tidak hanya dari bapak Eko Carles, ibu Eli Surwita juga menyampaikan terkait dengan faktor yang mendukung dan menghambat humas dalam menjalankan strategi, terkait hal tersebut ia menyampaikan :

“Faktor pendukung itu tentu ada begitupun sebaliknya dengan faktor penghambat sudah pasti ada, terkait dengan faktor pendukung yang mendukung kita selaku pihak humas itu adanya bantuan dari berbagai pihak dalam memberikan informasi kepada kita selaku pihak humas seperti prodi-prodi, dosen, maupun pihak lainnya. Kemudian jika dari pihak luar itu ada sekolah-sekolah yang welcome terhadap kita atau

⁷² *Ibid*

mengizinkan kita untuk menyebarluaskan informasi terkait kampus kepada siswa-siswanya serta perkembangan teknologi saat ini seperti adanya sosial media sehingga kita selaku pihak humas dengan mudah menyebarluaskan informasi-informasi atau kegiatan-kegiatan kampus dan dengan mudah pula untuk di akses oleh pihak luar baik itu mahasiswa maupun calon mahasiswa kampus kita iain curup. Sedangkan terkait dengan faktor penghambat itu sendiri yaitu kurangnya sumber daya manusia humas atau tim humas.”⁷³

Dalam hasil wawancara dengan ibu Eli Surwita, ia menjelaskan bahwasannya terdapat berbagai pihak yang membantu untuk memberikan informasi kepada pihak humas untuk dipublis, kemudian adanya dukungan dari pihak luar seperti sekolah-sekolah serta perkembangan teknologi yang mempercepat penyebaran informasi untuk di akses dari berbagai pihak.

Dari pernyataan-pernyataan di atas penulis menyimpulkan bahwasanya terkait dengan faktor pendukung Humas IAIN curup dalam menjalankan strateginya yaitu adanya dukungan dari internal dan eksternal. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu dari internal kampus itu sendiri karena kurangnya sumber daya manusia dan sarana prasarana yang kurang memadai dalam menjalankan suatu strategi humas.

3. Dampak strategi Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19

Dengan adanya suatu strategi, maka itu menjadi suatu faktor yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan pada semua program kerja yang dijalani. Dan tentunya memiliki berbagai dampak positif bagi suatu organisasi atau institusi seperti peningkatan citra dan reputasi, hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, kemampuan mengatasi krisis, pengaruh terhadap opini publik, meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan, serta dukungan terhadap inisiatif atau

⁷³ Eli Surwita, Wawancara tanggal 04 Juli 2023

program. Namun perlu diingat bahwa strategi yang tidak tepat atau berjalan buruk juga dapat memberikan dampak yang negatif, termasuk penurunan kepercayaan masyarakat, reputasi yang rusak, dan penurunan minat pemangku kepentingan.

Dalam hal ini bapak Welman Hadi selaku kepala sekolah SMK IT Khoiru ummah menyampaikan terkait dampak dari strategi humas IAIN Curup, ia menyampaikan :

“Sosialisasi dari tim humas IAIN Curup berkaitan dengan program pengenalan kampus, biasanya hanya menyampaikan masuk ke SMK Khoiru Umma tentang profil, tentang beberapa jurusan yang ada di iain, kemudian menjelaskan tentang prospek kedepannya, kemudian tentang proses kegiatan kuliah yang akan dilaksanakan. Sehingga dengan penjelasan-penjelasan secara detail yang disampaikan humas iain itu memberikan dampak positif bagi minat anak didik kami untuk masuk ke iain curup.”

Tidak hanya hal tersebut bapak Welman Hadi selaku kepala sekolah SMK IT Khoiru Ummah juga menyampaikan :

“Kalau dampak negatifnya tidak ada ya Cuma hanya respon siswa kita yang belum secara tinggi gitu antusias untuk menerima dari penjelasan-penjelasan secara umum yang disampaikan oleh tim humas itu. Mungkin kedepannya bisa juga disampaikan dalam bentuk teknik yang berbeda gitu.”⁷⁴

Dari penyampaian di atas bapak Helman Hadi menjelaskan bahwasannya terdapat dampak positif dari strategi humas dimana dengan adanya strategi humas dapat menarik minat siswa-siswi SMK IT Khoiru Ummah sehingga siswa-siswi berminat untuk masuk ke kampus iain curup dan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dan terkait dengan dampak negatif dari strategi humas terhadap siswa-siswi SMK Khoiru Ummah bapak Helman menyampaikan tidak ada.

⁷⁴ Welman Hadi, Kepala sekola SMK IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, Wawancara, Tanggal 24 Juli 2023.

Dalam hal ini bapak Ade Pernandes, selaku waka kesiswaan MAN Rejang Lebong juga menyampaikan terkait dengan dampak dari strategi humas iain curup, ia menyampaikan :

“Terkait dengan dampak dari strategi humas iain curup itu sendiri positifnya banyak siswa tahu mengenai informasi-informasi tentang kampus iain curup sehingga siswa-siswi kami disini mengerti jurusan apa yang akan mereka ambil dan mereka tuju kedepannya sehingga mereka tertarik dan lebih yakin untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi atau pendidikan selanjutnya, hal tersebut tentunya berdampak positif, kemudian terkait dengan dampak negatif terkait strategi humas iain curup tidak ada.”⁷⁵

Dari pernyataan di atas bapak Ade Pernandes menjelaskan bahwasannya strategi humas berdampak positif terhadap siswa siswi di MAN Rejang Lebong karena dengan adanya strategi dari humas iain curup siswa siswi di MAN Rejang Lebong memahami terkait kampus IAIN curup sehingga siswa-siswinya tahu jurusan yang akan di ambil untuk kedepannya dan tertarik untuk melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih tinggi. Kemudian terkait dengan dampak negatif dari strategi humas iain curup terhadap siswa-siswa MAN Rejang Lebong itu sendiri tidak ada.

Tidak hanya dari pihak guru, dalam hal ini untuk menjawab terkait dampak adanya strategi humas pasca covid-19, mahasiswa baru iain curup Yuko Mandala Putra, menyampaikan :

“Aku tahu iain curup awalnya karena ada saudara saya yang kuliah di sini. Saudara saya menjelaskan dengan saya jurusan yang ada di kampus iain ini dan disitu saya mulai tertarik terkait kampus iain, karena saya sebelumnya juga berniat untuk kuliah jadi saya mencari tahu lebih dalam lagi tentang iain curup ini, dengan cara melihat instagram iain curup dan disitu saya melihat status tentang kegiatan-kegiatannya, kemudian pendaftaran dan postingan lainnya dari postingan kegiatan-kegiatan itu juga saya jadi tertarik untuk masuk iain.”⁷⁶

⁷⁵ Ade Pernandes, S.Kom , Waka Kesiswaan MAN Rejang Lebong, Wawancara, Tanggal 12 Agustus 2023.

⁷⁶ Yuko Mandala Putra, Mahasiswa, Wawancara Tanggal 17 Agustus 2023.

Dari penyampaian Yuko Mandala Putra tersebut ia menjelaskan bahwasannya ia mengetahui kampus Institut agama islam negeri curup (IAIN), dari mahasiswa iain curup dan sosial media instagram yang dimiliki oleh kampus iain curup. Berdasarkan informasi yang ia terima dari mahasiswa iain curup yang merupakan pihak keluarga atau saudaranya dan postingan sosial media instagram kampus iain curup Yuko Mandala Putra menjadi tertarik untuk masuk menjadi bagian dari kampus iain curup.

Dalam hal ini Putri Sulitiaswati, selaku mahasiswa juga menyampaikan hal serupa, ia menyampaikan :

“Di sekolah saya ada sosialisasi dari kampus iain curup, dan saya juga melihat informasi kampus ini dari Instagram iain curup. Ketika ada sosialisasi itu saya merasa tertarik karena adanya penjelasan-penjelasan tentang kampus ini terutama terkait peluang biaya siswa yang diberikan oleh kampus. Karena saya tertarik jadi saat itu di buka pendaftaran jalur span-ptkin dan Alhamdulillah saya diterima di kampus ini. Dan menurut saya dengan adanya sosialisasi dan promosi melalui sosial media itu sangat memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.”

Dari penyampaian di atas putri menyampaikan bahwasannya di sekolahnya terdapat sosialisasi yang dilakukan oleh pihak iain curup, ketika ada sosialisasi tersebut Putri Sulitiaswati merasa tertarik dengan kampus iain curup dan ia juga menyampaikan dengan adanya sosialisasi dan sosial media kampus, ia lebih mudah untuk mengakses informasi mengenai kampus iain curup.

Dari penyampaian-penyampaian informan diatas peneliti menyimpulkan terkait dampak dari startegi humas iain curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19, tentunya berdampak positif bagi calon mahasiswa baru kampus institut agama islam negeri curup. Dimana dengan adanya strategi dari humas iain curup tersebut mempunyai dampak terhadap minat siswa atau calon mahasiswa baru

untuk menjadi bagian dari kampus Institut Agama Islam Negeri Curup, dapat memunculkan ketertarikan terhadap siswa untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi (Pendidikan sarjana), memudahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kampus, dan dapat memberikan jalan kepada siswa atau calon mahasiswa baru dalam penentuan jurusan yang akan di ambil sebagai mahasiswa iain Curup. Sedangkan terkait dengan dampak negatif dari strategi humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru pasca covid-19, berdasarkan penyampaian informan itu sendiri tidak terdapat atau tidak ada dampak negatif.

C.Pembahasan

Menurut Philip Kotler dalam teori P.E.N.C.I.L.S, tentang strategi dalam melaksanakan tugas, peran, dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan didalamnya memiliki konsep-konsep yang saling berhubungan dalam praktek kerja PR. Dalam hal ini Philip Kotler menjelaskan bahwasannya salah satu strategi untuk memenangi suatu persaingan yaitu dengan menggunakan public relation. Teori *Public relations* PENCILS, memiliki komponen utama, diantaranya *Publication and publicity* (publikasi dan publisitas) Dimana fungsi dan tugas *Public Relation* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media terkait kegiatan dari perusahaan, yang seharusnya diketahui oleh *public*. Guna menghasilkan publisitas untuk mendapatkan tanggapan yang positif secara lebih luas. Kemudian *Event* (Penyusunan Program Acara) atau sebuah aksi yang berhubungan dengan masyarakat luas sebagai bentuk dari strategi *public relation* untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam hal ini biasanya event tersebut terdiri dari beberapa

jenis diantaranya yaitu : 1). *Calender event*, yang rutin (*regular event*) dimana event ini dilaksanakan pada waktu atau bulan tertentu sepanjang tahun. 2) *Special event* atau *event* yang bersifat khusus, dimana event ini dilaksanakan pada suatu momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja seorang humas. 3). *Moments events*, yaitu acara yang bersifat momental atau lebih khusus lagi. 4). *News* (Menciptakan berita) Yaitu semua usaha yang dilakukan agar aktivitas tertentu dari suatu lembaga atau perusahaan menjadi bahan berita atau tajuk berita. 5).⁷⁷*Community Involvement* (Kepedulian pada komunitas) Suatu usaha yang dilakukan oleh seorang PR untuk mengenalkan diri kepada masyarakat dengan cara mengadakan kontak sosial dengan kelompok tertentu, serta menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya. 6). *Informs or image* (Memberitahukan atau meraih citra) . 7). *Lobbying and Negitiating* (pendekatan dan bernegosiasi). 8). *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial).⁷⁸

Dalam hal ini sama halnya dengan yang di lakukan oleh humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19, dimana terdapat strategi agar calon mahasiswa baru tertarik untuk masuk menjadi bagian dari kampus iain curup. Terkait dengan strategi yang digunakan oleh humas iain curup diantaranya yaitu :

a) Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai

⁷⁷ A mulioprastio, “*Teori-Teori Umum/Dasar*”, diakses dari e-jurnal. uajy.ac.id 2012.

⁷⁸ *Ibid*

teori mengenai peranan (*role theory*). Dimana sosialisasi tersebut dilakukan dengan cara memberitahukan atau meraih citra (*Informs or image*), yakni memberitahukan sesuatu kepada publik untuk menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif termasuk menarik siswa-siswi agar menjadi bagian dari kampus iain curup itu sendiri. Proses dari “*nothing*” menjadi “*something*”, dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu menjadi suka yang kemudian diharapkan timbul sesuatu (*something*).

b) *Publication and publicity* (Publikasi dan publisitas)

Dalam hal ini humas IAIN curup dalam menjalankan strateginya dengan menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media sosial atau media internet seperti instagram, facebook, dan website, terkait dengan kegiatan-kegiatan kampus yang seharusnya diketahui oleh *public*. Dengan tujuan untuk menghasilkan publisitas serta mendapatkan tanggapan yang positif secara lebih luas sehingga mampu menarik minat mahasiswa baru maupun pihak-pihak pemangku kepentingan.

Dalam hal ini humas iain curup menggunakan media internet untuk membentuk suatu trend baru dalam *Public relations* yang dikenal dengan *Electronic Public relations / Online Public relations / Cyber Public relations* yang berfungsi untuk membangun reputasi dengan mengkomunikasikan

informasi dan mendengarkan permintaan pelanggan lewat media internet untuk melakukan kegiatan publik relations.⁷⁹

c) *Lobbying and Negitiating* (Pendekatan dan bernegosiasi)

Salah satu fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.⁸⁰

Maka dalam hal ini guna memperlancar strategi humas iain curup, menggunakan strategi atau teknik lobi dan pendekatan secara personal kepada pihak terkait seperti guru-guru, mahasiswa, dan alumni-alumni mahasiswa iain curup Dimana hal tersebut dilakukan agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatu lembaga memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh, sehingga timbul situasi yang menguntungkan bagi pihak humas maupun kampus iain curup itu sendiri.

Tidak hanya itu terkait adanya startegi dari humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru tentunya terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri

⁷⁹ Abdul Aziz Masindo, “Strategi Public Relatio Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty”-2018 - Universitas Syarif Hidayatullah

⁸⁰ *Ibid*

individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat atau dari faktor internal dan faktor eksternal kampus IAIN curup itu sendiri.⁸¹

Maka dalam hal ini terdapat faktor pendukung dan penghambat humas dalam menjalankan strateginya untuk menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19. Adapun yang menjadi faktor pendukung humas IAIN curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19 yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor tersebut diantaranya :

- a). Adanya dukungan dan semangat atau motivasi dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak dari fakultas.
- b). Adanya Kerjasama Yang Baik Dengan Pihak Berkepentingan
- c). Kemajuan Teknologi/Media Internet /Media Sosial yang ikut membantu dalam publisitas informasi kampus IAIN curup.

Media sosial menurut Mulawarman merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk proses sosial. Dampak yang bisa diberikan dari media sosial itu sendiri adalah mampu mempermudah komunikasi jarak jauh dengan smartpone yang dimana didalam nya terdapat banyak aplikasi yang digunakan.⁸²

Dalam hal ini salah satu strategi yang digunakan oleh pihak humas IAIN Curup yaitu dengan memanfaatkan media sosial tersebut dengan berbagai aplikasi yang saat ini sedang trent atau baru dikalangan

⁸¹ UIN Walisongo, “*Teori Faktor*”, Di akses dari eprints.walisongo.ac.id-2019

⁸² Dinda Septiana Elyus & Muhamad Sholeh, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid-19*”, -Universitas Negeri Surabaya- Di akses dari Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 09 Nomor 02 Tahun 2021.

masyarakat meliputi aplikasi adapun sosial media yang digunakan oleh pihak humas tersebut yaitu Instagram, Facebook, dan Website. Namun tidak lupa tetap menggunakan strategi lama dengan adanya brosur dan pamflet sebagai gambaran dari institut agama islam negeri curup bagi masyarakat sekitar.

Sedangkan faktor penghambat dari strategi humas iain curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19, diantaranya :

1). Kurangnya sumber daya manusia (SDM)

SDM adalah sumber daya yang memiliki potensi, kontribusi, dan peran yang signifikan dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa SDM adalah individu yang dipekerjakan dalam organisasi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana yang berfungsi sebagai aset yang berpengaruh terhadap upaya mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini keterbatasan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor penghambat strategi Humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru pasca covid-19 di Institut Agama Islam Negeri Curup. Hal ini terkait dengan jumlah dan kualifikasi yang kurang memadai dalam tim Humas kampus IAIN curup itu sendiri, sehingga kurangnya kualifikasi SDM tersebut menghambat kegiatan promosi dan pemasaran dari humas iain curup.⁸³

⁸³ Putu Rika Mahardika, dkk, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri MPU Kuturan Singaraja*”, Di akses dari jurnal.stahnmpukuturan.ac.id-2022

2). Sarana dan prasarana humas IAIN curup yang kurang memadai.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sarana dan prasarana diartikan sebagai hal-hal yang digunakan sebagai media dan alat untuk mencapai tujuan, serta sebagai penunjang utama dalam penyelenggaraan proses atau kegiatan. Dalam konteks lembaga dan fasilitas pendidikan, sarana pendidikan adalah peralatan atau barang yang langsung digunakan dalam proses pendidikan. Sedangkan prasarana adalah alat yang tidak langsung digunakan dalam proses pendidikan. Sarana dan prasarana merupakan kebutuhan pokok yang harus ada untuk mendukung program pendidikan, meningkatkan mutu pendidikan, dan mencapai tujuan pendidikan nasional.⁸⁴

Dalam hal ini terdapat keterbatasan sarana dan prasarana sehingga menjadi faktor penghambat dalam strategi Humas iain curup dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru terutama pasca covid-19. Oleh karena itu, perguruan tinggi atau kampus institut agama islam negeri curup perlu memperhatikan dan memperbaiki fasilitas yang ada agar dapat meningkatkan minat calon mahasiswa untuk bergabung menjadi bagian dari iain curup. Karena kurangnya sarana dan prasarana dapat menghambat strategi Humas, seperti kesulitan dalam menyediakan informasi, promosi, dan pelayanan kepada calon mahasiswa baru.

Menurut Hiro Tugiman dampak adalah sesuatu yang bersifat objektif, dampak merupakan sebuah konsep pengawasan internal yang

⁸⁴ Putu Rika Mahardika, dkk, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri MPU Kuturan Singaraja*”, Di akses dari jurnal.stahnmpukuturan.ac.id-2022

sangat penting dan dengan mudah dapat diubah menjadi sesuatu yang dipahami dan ditanggapi secara serius oleh manajemen. Sedangkan menurut Schemel dampak adalah tingkat perusakan terhadap tata-guna tanah lainnya yang ditimbulkan oleh suatu pemanfaatan lingkungan tertentu.⁸⁵ Adapun terkait dampak dari strategi humas iain curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19 itu sendiri, tentunya berdampak positif bagi calon mahasiswa baru kampus institut agama islam negeri curup. Dimana dengan adanya strategi dari humas iain curup tersebut mempunyai dampak terhadap minat siswa atau calon mahasiswa baru untuk menjadi bagian dari kampus institute agama islam negeri curup, dapat memunculkan ketertarikan terhadap siswa untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi (Pendidikan sarjana), memudahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kampus, dan dapat memberikan jalan kepada siswa atau calon mahasiswa baru dalam penentuan jurusan yang akan di ambil sebagai mahasiswa iain Curup.

⁸⁵ UIN Walisongo, “*Teori Faktor*”, Di akses dari eprints.walisongo.ac.id-2019

Maka dalam hal ini dapat dirumuskan dampak dari strategi humas iain curup dalam menarik minat calon mahasiswa baru pasca covid-19 diantaranya yaitu :

- a). Munculnya ketertarikan terhadap siswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi.
- b). Adanya dampak terhadap minat calon mahasiswa baru untuk menjadi bagian dari kampus institut agama islam negeri curup (IAIN)
- c). Memudahkan siswa atau calon mahasiswa baru kampus institut agama islam negeri curup dalam menentukan jurusan yang akan diambil
- d). Memudahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kampus institut agama islam negeri curup (IAIN)

Sedangkan terkait dengan dampak negatif dari strategi humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru pasca covid-19, berdasarkan penyampaian informan itu sendiri tidak terdapat atau tidak ada dampak negatif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Terkait dengan humas institut agama islam negeri curup (IAIN), terdapat strategi dalam menarik minat mahasiswa baru pasca covid-19. Dimana strategi tersebut digunakan oleh humas IAIN curup untuk meningkatkan citra positif sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap kampus iain curup itu sendiri. Dimana strategi-strategi yang digunakan oleh humas iain curup tersebut memberitahu akan adanya kampus IAIN curup dan kegiatan positif yang ada didalamnya sehingga siswa atau calon mahasiswa tertarik untuk melanjutkan pendidikan dan menjadi bagian dari kampus intitut agama islam negeri curup. Adapun strategi yang digunakan diantaranya yaitu sosialisasi, publikasi dan publisitas, pendekatan dan bernegosiasi. Dimana strategi tersebut dilaksanakan dengan cara turun langsung ke lapangan, memanfaatkan kemajuan teknologi seperti adanya sosial media, dan melakukan *lobbying* atau negosiasi kepada pihak-pihak yang terkait dan dimulai dari pihak terdekat seperti mahasiswa, alumni-alumni kampus iain curup, dan pihak-pihak lainnya. Dimana strategi yang dilakukan untuk memberitahukan sesuatu atau informasi tentang kampus iain curup kepada publik guna menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif termasuk menarik siswa-siswi agar menjadi bagian dari kampus iain curup itu sendiri atau menjadikan *nothing* menjadi *something*.

Dalam menjalankan strategi-strateginya humas iain curup terdapat faktor pendukung dan penghambat dimana faktor-faktor tersebut bersumber dari dalam kampus itu sendiri dan dan dari luar kampus (internal dan eksternal). Adapun yang menjadi faktor pendukung tersebut yaitu Adanya dukungan dan semangat atau motivasi dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak dari fakultas, Adanya kerjasama yang baik dengan pihak-pihak pemangku kepentingan, dan Teknologi/Media Internet /Media Sosial yang ikut membantu dalam publisitas informasi kampus iain curup. Sedangkan faktor penghambat humas iain curup itu sendiri bersumber dari dalam kampus itu sendiri dimana hal tersebut terjadi karena kurang tim humas dalam menjalankan strategi (SDM), dan sarana prasana yang kurang memadai.

Sedangkan dampak dari adanya strategi dari humas institut agama islam negeri curup itu sendiri yaitu berdampak positif, dampak tersebut diantaranya Munculnya ketertarikan terhadap siswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi, berdampak terhadap minat calon mahasiswa baru untuk menjadi bagian dari kampus institut agama islam negeri curup (IAIN), Memudahkan siswa atau calon mahasiswa baru kampus institut agama islam negeri curup dalam menentukan jurusan yang akan diambil, dan Mempermudah-kan calon mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kampus institut agama islam negeri curup (IAIN) itu sendiri.

B. Saran

Setelah adanya hasil dan pembahasan dari penelitian ini, maka penulis ingin menyampaikan saran, untuk kedepannya peneliti yang melakukan kajian atau penelitian yang sama diharapkan agar dapat mengembangkan penelitiannya dengan teori dan penekanan yang berbeda sehingga dapat memperoleh hasil yang berbeda dan tentunya lebih luas terkait cakupannya.

Dan saran saya untuk pihak Humas Intitut Agama Islam Negeri curup, melakukan pengembangan strategi dan penekanan strategi dalam pemanfaatan kemajuan teknologi seperti media sosial atau media internet, sehingga dapat diakses oleh publisitas yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- A mulioprastio, “*Teori-Teori Umum/Dasar*”, diakses dari e-jurnal. uajy.ac.id 2012
- Abdul Aziz Masindo, “Strategi Public Relatio Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty”-2018 - Universitas Syarif Hidayatullah
- Ade Pernandes, S.Kom , Waka Kesiswaan MAN Rejanng Lebong, Wawancara, Tanggal 12 Agustus 2023
- Adinda Tessa Naumi dan Sumarni Sumani, “*Strategi Pemulihan Citra STAIN Curup*”, vol. 1, no. 2 (2016)
- Ajat Rukajat, 2018, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: deepublish)
- Anas Sujono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2001)
- Annisatulmufarrakah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Yogyakarta : Teras, 2000)
- Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Praktis*, (Bandung :PT Remaja Rosdakarya, 2014)
- Aulia dkk, 2023, *Minat Bermaian dan Perkembangan Anak*, (Padang sumatera barat :PT. Globaleksekutif Tekhnologi)
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1998)
- Binus University, “Landasan Teori”, Di akses dari library.binus.ac.id-2020
- Consoelo ddk, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta : UI, 1993)
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1994)
- Dinda Septiana Elyus & Muhamad Sholeh, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid-19*”, -Universitas Negeri Surabaya- Di akses dari Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 09 Nomor 02 Tahun 2021

Dinda Septiana Elyus, dkk, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid-19*” , Universitas Negeri Surabaya, Di akses dari ejournal.unesa.ac.id, pada tanggal 17 Mei 2023, pukul 01:47 WIB

Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta:BumiAksara), 2015

Drs. Morissan, S. H. , M. A, “*Manajemen Public Relation*”, (Jakarta : Kencana, 2008)

Eko Carles, M.A, selaku Pengelola Data Umum dan Kehumasan IAIN Curup, wawancara, Tanggal 04 Juli 2023

Eli Surwita, Wawancara tanggal 04 Juli 2023

Elyus, D. S, . dan Sholeh, M. (2018) *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. Jurnal inspirasi manajemen pendidikan*

Ester Reni Sawitri, ”*Model discovery Learning Berbantuan Komik Untuk Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar*”, (Jawa Timur, Tisara Grafika, 2019)

Eva Trianingsih, “*Strategi Humas Dalam Membangun Citra Sekolah*”, di akses dari eprints.umpo.co.id/2020

Feby Rahma Dhillah, “*Srategi Public Relations Penerimaan Mahasiswa Baru Di Institut Ilmu Al-Qur’an Jakarta Priode 2020-2021*”, Institut Ilmu Al-Qur’an, di akses dari repository.iiq.ac.id, pada tanggal 17 mei 2023, pukul 22:29 Wib

Frank Jefkins, 1991, *Public Relations*, (Jakarta:Erlangga)

H. Frazier Moore, *Humas membangun Citra dengan Komunikasi*”, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2005)

- Hamzah, Nurdin Muhammad, *Belajar Dengan Pendekatan*, (Jakarta : PT Bumi Askara , 2011)
- Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi dan Focus Groups*, (Jakarta :PT raja Grafindo Persada, 2013)
- Husaini Usman dan Purnomo Setiandy Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001)
- Husein umar, 2003, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- IAIN Curup, “ Sejarah IAIN Curup”, Di akses dari iaincurup.ac.id
- Imam Gunawan, 2013, *Metode paenelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*, (Jakarta:PT Bumi Aksara)
- Indra Bastian, ”*Akutansi sektor Publik: satu pengantar*”, (jakarta, Erlangga, 2005)
- Iskandarwassid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008)
- Istijanto, 2003, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (Cara praktis meneliti konsumen dan pesaing)* Jakarta : Gramedia
- Juhji dkk, 2014, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bakti Persada)
- Lenny leorina evinita, Dkk, ”*peningkatkan kinerja pelayanan publik berdasarkan pengembangan karier, kompensasi, dan minat pegawai*”, (yogyakarta, bintang semesta media, 2022)
- Masringarimbuan, Sofian Efendi, *Metode Penenelitian Survei*, (Jakarta : LPJ. ES, 1995)

- Milasari dkk, 2022, *Metodologi Penelitian*, (Padang Sumatra Barat:PT Global Eksekutif Tekhnologi)
- Noviantiani, Rian, and Sri Harmonika. "Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Man 2 Lombok Timur. " *Jurnal Manajemen Dan Budaya* 1, no. 1 (2021)
- Nurnisya, Frizki Yulianti, and Ardhiaty Nurjanah. "Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Tagline “Jogja Istimewa. ”. " *Channel 4*, no. 2 (2016)
- Peran Penting Perguruan Tinggi Di akses dari ekon. go, id, di akses pada tanggal 11 Mei 2023
- Putu Rika Mahardika, dkk, “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri MPU Kuturan Singaraja*”, Di akses dari jurnal.stahnmpukuturan.ac.id-2022
- Rahayu, P. , dan Trisnawati, N. (2012). *Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik pada Masa Pandemi Covid 19. Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*
- Ratnawati, Rini Puspitasari, *psikologi pendidikan* (Curup:Lp2 STAIN Curup), 2013
- Risnanosanti, ”*Pengembangan minat dan Bakat Belajar siswa*”, (Malang, Literasi Nusantara Abadi, 2022)
- Rosady Ruslan, 2021, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo)
- Sandra Oliver, 2007, *Strategi Public Relations*, Erlangga: PT Geloraaksara pratama

- Sariana, N. , Afiif, A. , & Kusyairy, U. (2017). *PENGARUH PENERAPAN BRAIN GYM TERHADAP MINAT BELAJAR PADA MATA PELAJARAN FISIKA. Jurnal Pendidikan Fisika, 5(2)*
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya.* (Jakarta: Rineka Cipta. 2003)
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya.* (Jakarta: Rineka Cipta. 2010)
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan RD,* (Bandung : Alfabeta, Cet 18-2013)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,* (Bandung :Alfabeta, 2015)
- Sumarni, “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar*”- Di akses dari digilibadmin.unismuh.ac.id-2020
- Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar,* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1996)
- Syukri, dkk, “*Strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Makassar*”, Universitas Muhammadiyah Makassar, di akses dari jurnal komunikasi dan organisasi (J-KO) Vol 2, No 2. Pada tanggal 17 mei 2023, pukul 02:20 Wib
- Tuginem, S. Pd. , M. Pd, dkk, “*Otomatisasi Dan Tata Kelola Humas Dan Keprotokolan*”, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018)
- UIN Walisongo, “*Teori Faktor*”, Di akses dari eprints.walisongo.ac.id-2019

Universitas Medan Area, “*Pengertian Strategi, Tujuan Dan Jenisnya*”, Di akses dari
bakai. uma .ac.id- Rabu 21 Juni 2023

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, “*Teori Faktor Pendukung Dan
Penghambat*”, Di akses dari repository.umy.ac.id-2020

Welman Hadi, Kepala sekola SMK IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, Wawancara,
Tanggal 24 Juli 2023

Welman Hadi, Kepala sekola SMK IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, Wawancara,
www.iaincurup.ac.id

Yuko Mandala Putra, Mahasiswa, Wawancara Tanggal 17 Agustus 2023

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Nomor: 338 Tahun 2023

Tentang

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

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Islam Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2022 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022 tanggal 18 April 2022 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022-2026;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0316/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Istitut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : Berita acara seminar proposal Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam tanggal 18 Oktober 2022

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan Pertama : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Menunjuk Saudara :
1. Dita Verolyna, M.I.Kom. : 19851216 201903 2 004
2. Topan Alparedi, MM. : 19881220 202012 1004
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N a m a : Hamza Ninggar Alamedo
- N i m : 19521028
- Judul Skripsi : Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup

Pada tanggal 28 Maret 2023



Tembusan :

1. Bendahara IAIN Curup;
2. Kasubbag AKA FUAD IAIN Curup;
3. Dosen Pembimbing I dan II;
4. Prodi yang Bersangkutan;
5. Layanan Satu Atap (L1);
6. Mahasiswa yang bersangkutan.



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

Nomor : 361 /In.34/FU/PP.00.9/06/2023
Sifat : Penting
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian

26 Juni 2023

Yth. Rektor IAIN Curup

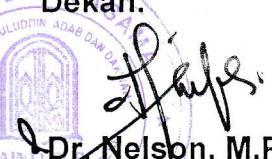
Assaiamu'alaikum Wr.Wb.s


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

Nama : Hamzah Ninggar Alam Edo
NIM : 19521028
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul Skripsi : Strategi Humas Institusi Agama Islam Negeri Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid -19
Waktu Penelitian : 26 Juni s.d 26 September 2023
Tempat Penelitian : Humas IAIN Curup

mohon kiranya Bapak memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikianlah, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Dekan.

Dr. Nelson, M.Pd.I
NIP. 19690504 199803 1 006





IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Hamza Ninggar Alvin Edo

NIM : 195210228

FAKULTAS/PRODI : Kesehatan Adab dan Deteksi / Komunikasi dan Pengajaran Islam

PEMBIMBING I : Dita Verolyna, M.I. Kom

PEMBIMBING II : Topan Alpareli, M. M

JUDUL SKRIPSI : Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menghadapi Munculnya Mahasiswanya Baru Pasca Pandemi Covid-19

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

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

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



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Hamza Ninggar Alvin Edo

NIM : 195210228

FAKULTAS/PRODI : Kesehatan Adab dan Deteksi / Komunikasi dan Pengajaran Islam

PEMBIMBING I : Dita Verolyna, M.I. Kom

PEMBIMBING II : Topan Alpareli, M. M

JUDUL SKRIPSI : Strategi Humas IAIN Curup Dalam Menghadapi Munculnya Mahasiswanya Baru Pasca Pandemi Covid-19

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

Pembimbing I,

Dita Verolyna, M. Ikom
NIP. 198512162019 03 2004

Pembimbing II,

Topan Alpareli, M. M
NIP. 198912 201620 21 004



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	23/06/23	Perbaikan BAB I	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	23/06/23	Ace Bab I dan perbaikan DA8 II	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	23/06/23	Ace Bab II dan perbaikan Bab III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	26/06/23	Ace Bab III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	26/06/23	Perbaikan DA8 IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	26/06/23	Ace BAB IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	22/06/23	Perbaikan BAB IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	22/08/23	Ace dan disamping	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	15/06/23	Bimbingan bab I	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	20/06/23	Perbaikan Bab I, II	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	23/06/23	kegiatan & pengumpulan buku Disamping.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	25/06/23	lanjut ke Pemb. I. & Ace Perbaikan.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	23/06/23	Bimbingan bab II dan III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	25/06/23	Revisi bab IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	25/06/23	Revisi bab IV dan V	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	21/08/23	Ace Penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan Dr. AK. Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup 39919
Telepon. (0732) 21010 Faksimili (0732) 21010
Website : www.iaincurup.ac.id e-mail : admin@iaincurup.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 0976/In.34/BR/OT.01.3./8/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

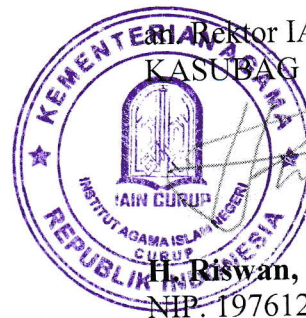
Nama : H. Riswan, S.Pd.I., M.H.I.
NIP : 19761215 200212 1 004
Jabatan : Kepala Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup)

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Hamza Ninggar alam edo
NIM : 19521028
Asal Instansi : Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Usuluddin Adab dan Da'wah

Telah melaksanakan penelitian di HUMAS IAIN Curup dari 26 Juni Sampai dengan 26 September 2023 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir SKRIPSI dengan judul **“Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19”**.

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



Ket. Rektor IAIN Curup
KASUBAG HUMAS

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



YAYASAN AL AMIN CURUP
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN ISLAM TERPADU
SMK IT KHOIRU UMMAH REJANG LEBONG



Jl. Pemancar TVRI Desa Tasik Malaya Kec. Curup Utara Kab. Rejang Lebong

Curup, 09 Agustus 2023

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 421.5/058/SMKITKU/VIII/2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Welman Hadi, S.Pd.
Jabatan : Kepala Sekolah
Instansi : SMK IT Khoiru Ummah

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

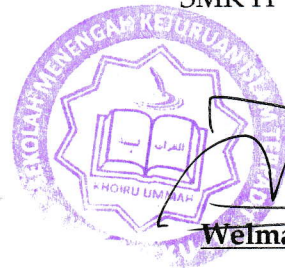
Nama : Hamza Ninggar Alam Edo
NIM : 19521028
Asal Instansi : Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Universitas : IAIN Curup

Telah melaksanakan penelitian di SMK IT Khoiru Ummah dari tanggal 26 Juni sampai dengan 26 September 2023 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir SKRIPSI dengan judul "**Strategi Humas Institut Agama Islam Negeri Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid-19**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kepala Sekolah
SMK IT Khoiru Ummah




Welman Hadi, S.Pd



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN REJANG LEBONG
MADRASAH ALIYAH NEGERI REJANG LEBONG

Jl.Letjend.Suprpto No. 81 Telp. (0732) 21280-21281Curup

Email : man_curup@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 497/Ma.07.03 / PP.00.6 / 08 /2023

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. YUSRIJAL,M.Pd
NIP : 196904181990031003
Pangkat/golongan : Pembina. IV/a
Jabatan : Kepala MAN Rejang Lebong

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo
NIM : 19521028
Jurusan : Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI)
Prodi : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Telah Melaksanakan Penelitian dalam rangka melengkapi syarat-syarat Pelaksanaan **Skripsi**.
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Berdasarkan Surat dari Institut Agama Islam Negeri Curup No: 114/in.034/FU.00.9/7/2023
Tanggal.12 Juli 2023, Prihal Izin Penelitian.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Rejang Lebong, 14 Agustus 2023
Kepala

H. Yusrijal, M.Pd
NIP. 196904181990031003



KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : EKO CARLES

Selaku : TIM HUMAS

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

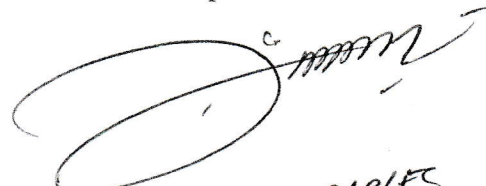
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup, ¹¹.....²⁰²³.....- 2023

Responden Wawancara



EKO CARLES

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : *Ora Eli SURWITA*

Selaku : *STAD HUMAS*

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup,.....-.....- 2023

Responden Wawancara



(*Ora Eli SURWITA*)

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : **WELMAN HADI**

Selaku : **Kepala Sekolah**

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 24 - Juli - 2023

Responden Wawancara



WELMAN HADI

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : Ade Permandas Skom

Selaku : waka kesiswaan Man Rajang Lebong

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 12 Agustus - 2023

Responden Wawancara



Ade Permandas Skom

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : YUKOH MANDALA PUTRA

Selaku : MAN REJANG LEBONG

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

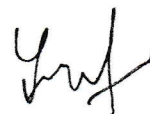
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul
**“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM
MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan
sebagaimana mestinya.

Curup, 2.....^{Juli}.....- 2023

Responden Wawancara



Yukoh Mandala Putra

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Menerangkan dengan sebenarnya,

Nama : Putri Sulitiaswati

Selaku : ALUMNI SAKIT KHORU UMMAH

Menerangkan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Hamza Ninggar Alam Edo

NIM : 19521028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul
**“STRATEGI HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM
MENARIK MINAT MAHASISWA BARU PASCA PANDEMI COVID-19”**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan
sebagaimana mestinya.

Curup, 20 Juli 2023

Responden Wawancara



Putri Sulitiaswati

PEDOMAN WAWANCARA

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN WAWANCARA	INFORMAN
1	Strategi Humas Iain Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19	<ol style="list-style-type: none">1. Apakah dalam tatanan humas selalu mengutamakan strategi dalam menarik minat calon mahasiswa baru2. Adakah strategi yang di anggap paling unggul dalam menarik minat calon mahasiswa baru3. Apa saja contoh strategi-strategi yang biasa di realisasikan dalam menarik minat calon mahasiswa baru4. Bagaimana strategi yang tepat jika sosialisasi dilakukan di desa yang jauh5. Apa contoh strategi yang tepat jika mensosialisasikan di daerah yang dekat6. Dengan adanya strategi tersebut apakah sudah sangat efektif dalam menarik minat siswa7. Bagaimana cara humas agar dapat meningkatkan mutu dan menjaga nama baik sebuah instansi agar dapat menarik minat siswa	Humas IAIN Curup

<p>2</p>	<p>Faktor pendukung dan penghambat Strategi Humas Iain Curup Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adakah faktor-faktor yang menjadi pendukung sehingga terbentuknya strategi Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19 2. Jika ada seperti apa contohnya 3. Adakah faktor-faktor yang menjadi penghambat terbentuknya strategi Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19 4. Jika ada seperti apa contohnya 5. Bagaimana cara humas mengatasi faktor-fakto yang menjadi penghambat dalam menarik minat calon mahasiswa baru 	<p>Humas IAIN Curup</p>
<p>3</p>	<p>Dampak adanya Strategi Humas Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Pasca Pandemi Covid 19 di MAN Rejang Lebong, SMK IT Khoiru Ummah dan Calon mahasiswa baru</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adakah dampak positif yang dirasakan dengan adanya Sosialisasi oleh humas IAIN Curup dalam menarik minat calon mahasiswa baru 2. Jika ada bagaimana contohnya 3. Apakah strategi humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru sudah sangat efektif 4. Apa saja contoh program-program unggulan yang di sosialisasikan humas IAIN Curup agar dapat menarik minat calon mahasiswa baru 	<p>Kepala sekolah MAN Rejang Lebong, SMK IT Khoiru Ummah, dan Calon Mahasiswa baru</p>

		<p>5. Bagaimana respon siswa saat mengetahui tentang IAIN Curup</p> <p>6. Adakah dampak negatif dengan strategi yang dilakukan humas ketika menarik minat calon mahasiswa baru</p> <p>7. Jika ada bagaimana contohnya dan bagaimana cara mengatasi hal tersebut</p> <p>8. Apa contoh strategi yang paling sering digunakan Humas IAIN Curup agar dapat menarik minat calon mahasiswa baru</p>	

DOKUMENTASI WAWANCARA

Wawancara dengan bapak Eko Charles Tim Humas Iain curup



Wawancara dengan ibu Ora Eli Surwita staff humas Iain Curup



Wawancara dengan Bapak Welman Hadi kepala sekolah SMK IT Khoiru Ummah



Wawancara dengan Bapak Ade Pernandes waka kesiswaan MAN Rejang Lebong



Wawancara dengan Yuko Mandala Putra alumni Man Rejang Lebong



Wawancara dengan Putri Sulitiaswati alumni smk it khoiru ummah

