

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PROMOSI  
(STUDI KASUS MADRASAH IBTIDAIYAH NURUL GHOSYIYAH  
TANGERANG SELATAN)**

Skripsi Ini Diajukan

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**Kiky Adeana Sisca**

NIM : 19220129

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT ILMU ALQUR'AN (IIQ)  
JAKARTA  
TAHUN 1445 H/ 2023 M**

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PROMOSI  
(STUDI KASUS MADRASAH IBTIDAIYAH NURUL GHOSYIYAH  
TANGERANG SELATAN)**

Skripsi Ini Diajukan

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**Kiky Adeana Sisca**

NIM : 19220129

Pembimbing:

**Upi Zahra, S.Sos.I., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT ILMU ALQUR'AN (IIQ)  
JAKARTA  
TAHUN 1445 H/ 2023 M**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul “**Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Promosi (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan)**” yang disusun oleh Kiky Adeana Sisca, Nomor Induk mahasiswa 10220129 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah.

Ciputat, 11 Agustus 2023

Pembimbing



Upi Zahra, S.Sos., M.I.Kom

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Strategi Hubungan Masyarakat dalam Promosi (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan)" oleh Kiky Adeana Sisca dengan NIM 19220129 telah diujikan pada Sidang Munaqasyah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Ilmu AlQur'an Jakarta (IIQ) Jakarta pada tanggal 15 Agustus 2022. Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhammad Ulinnuha, Lc., MA	Ketua Sidang	
2	Muhamad Hizbullah, MA	Sekretaris Sidang	
3	Dr. Isman Iskandar, M.Sos	Penguji I	
4	Siti Muawanah, M.Sos	Penguji II	
5	Upi Zahra, M.I.Kom	Pembimbing	

Tangerang Selatan, 15 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



Dr. Muhammad Ulinnuha, Lc., MA

## PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kiky Adeana Sisca

Nim : 19220129

Tempat Tanggal Lahir : Mataram, 17 Maret 2001

Menyatakan bahwa **skripsi** dengan judul “*Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Promosi (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan)*” adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Ciputat, 10 Agustus 2023



Kiky Adeana Sisca

## **MOTTO**

*“Maka Sesungguhnya Beserta Kesulitan Ada Kemudahan”*

*(Q.S. Al-Insyiroh: 5)*

*”Barang Siapa Yang Tidak Mensyukuri Yang Sedikit, Maka Ia Tidak Akan  
Mensyukuri Sesuatu Yang Banyak”*

## **PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta yang telah berjuang mendidik dan mendukung saya dengan sepenuh hati. Untuk diri saya sendiri yang telah berusaha dan bertahan hingga saat ini, walaupun di tengah-tengah proses pengerjaan skripsi mendapatkan ujian, namun tetap bisa tegar dan termotivasi agar skripsi ini selesai tepat waktu, dan saya persembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang sering bertanya “kapan wisuda”

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji serta syukur penulis haturkan kepada Dzat yang Maha Esa, Ilahi Robbul Izzati, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Tak lupa Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad Saw. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir kuliah dan mendapatkan gelar sarjana.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan untuk dapat menyelesaikannya hingga akhir, mulai dari tantangan internal maupun eksternal. Maka penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih untuk berbagai pihak yang telah membantu mendukung penyusunan skripsi ini hingga akhir, diantaranya :

1. Rektor Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Dr. Hj. Nadjematul Faizah, S.H., M.Hum.
2. Wakil Rektor I Bidang akademik, Ibu Dr. Romlah Widayati, M.Ag.
3. Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Bapak Dr. M. Dawud Arif Khan, SE., M.Si., Ak., CPA
4. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Hj. Muthmainnah, M.A.
5. Bapak Dr. Muhammad Ulinnuha Lc., M.A., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IIQ Jakarta.
6. Bapak Muhamad Hizbullah, MA., selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang selalu memberikan semangat dan peringatan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Upi Zahra, S.Sos.I., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing saya tercinta yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan semangat kepada saya.

8. Bapak Dr. Isman Iskandar, M.Sos. dan Ibu Siti Mu'awanah, M.Sos. selaku dosen penguji.
9. Staff Perpustakaan IIQ Jakarta yang telah membantu penulis dalam mencari referensi dan pengecekan plagiarisme.
10. Bapak dan Ibu dosen Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang sudah berbagi ilmu nya selama perkuliahan berlangsung.
11. Kepada dua informan, Bapak Kepala Madrasah MI Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan Ahmad Nurudin dan Bidang Kesiswaan Bapak Deni Junaidih yang sudah bersedia mengizinkan saya untuk meneliti di Madrasah tersebut dan membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Anjas Manjauddin dan Ibu Maemunah atas pengorbanan tenaga, pikiran, materi, sejak saya masih dalam kandungan hingga berada di umur yang sekarang ini yang selalu mendukung, dan mendoakan anak-anaknya dengan penuh keikhlasan dan hati yang tulus.
13. Untuk saudara kandung saya, Mayassisca dan kakak ipar saya Pandu Maulana yang sudah memfasilitasi saya dan membantu saya selama pengerjaan skripsi ini, serta Bagas Praditya, dan Asyfa Maulida serta keluarga besar yang telah membersamai saya.
14. Kepada teman kamar sekaligus sahabat saya tersayang, Tasya Ul Hasanah dan Yulia Citra Muthia yang telah menemani saya dalam keadaan suka maupun duka dan memberikan semangat untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi.
15. Kepada sahabat saya yang lain yaitu Maharani Asifa Paramadini dan Israwati yang juga saya sayangi.
16. Kepada teman-teman KPI seperjuangan Angkatan 2019 yang telah menemani perjuangan selama kuliah di Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ)

Jakarta, 4 tahun bersama dalam menuntut ilmu yang sangat berharga.

17. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang turut hadir kebersamai dan menghantarkan penulis menuju gelar sarjana. Semoga segala langkah kebaikan kalian dipermudah oleh Allah Swt. Semoga semua hal yang diinginkan tercapai.

Ciputat, 11 Agustus 2023

Penulis



Kiky Adeana Sisca

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Kata Konsonan

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penelitian skripsi ini mengacu kepada SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 tertanggal 28 Januari 1988.

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2	ب	Ba	b	Be
3	ت	Ta	t	Te
4	ث	S\`a	s\`	Es (dengan titik di atas)
5	ج	Jim	j	Je
6	ح	Ha	h}	Ha (dengan titik di bawah)
7	خ	Kha	kh	Ka dan Ha
8	د	Dal	d	De
9	ذ	Z\`al	z	Zet (dengan titik di atas)
10	ر	Ra	r	Er
11	ز	Zai	z	Zet
12	س	Sin	s	Es
13	ش	Syin	sy	Es dan Ye
14	ص	S}ad	s}	Es (dengan titik di bawah)

15	ض	D}ad	d}	De (dengan titik di bawah)
16	ط	T}a	t}	Te (dngan titik di bawah)
17	ظ	Z}a	z}	Zet (dengan titik di bawah)
18	ع	„Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
19	غ	Gain	g	Ge
20	ف	Fa	f	Ef
21	ق	Qaf	q	Qi
22	ك	Kaf	k	Ka
23	ل	Lam	l	El
24	م	Mim	m	Em
25	ن	Nun	n	En
26	و	Wau	w	We
27	هـ	Ha	h	Ha
28	ء	Hamzah	`	Apostrof
29	ي	Ya	y	Ye

**2. Konsonan Rangkap karena tasydid ditulis rangkap:**

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>ta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

**3. Ta>'marbu>tah di akhir kata**

a. Bila dimatikan, ditulis h:

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>H}ikmah</i>
----------	---------	----------------

جُزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
----------	---------	---------------

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila Ta' Marbūtah diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>karah&gt;mah al- auliyah&gt;</i>
--------------------------	---------	---

- c. Bila Ta' Marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakah&gt;t al-fitr</i>
-------------------	---------	---------------------------

#### 4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dhammah	ditulis	U

#### 5. Vokal Panjang

	Fathah+alif	ditulis	A
	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Ja&gt;hiliyyah</i>
	Fathah+ya'mati	Ditulis	A>
	تَنْسِي	Ditulis	Tansa>
	Kasrah+ya'mati	Ditulis	I>
	كَرِيمٌ	Ditulis	Kari>m
	Dhammah+wawu mati	Ditulis	U>
	فُرُوسٌ	ditulis	Furu>d

#### 6. Vokal Rangkap

	Fathah+ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
	Fath}ah+ya' mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	qaul>

**7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof**

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>l'in syakartum</i>

**8. Kata Sanding Alif+Lam**

a. Bila diikuti hurud Qamariyyah

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>As-sama&gt;'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

**9. Penelitian kata-kata dalam rangkaian ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.**

ذوي الفروض	Ditulis	<i>wi al-furu&gt;d</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl al-sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xix</b>
<b>ملخص.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	21

<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>23</b>
A. Ruang Lingkup Humas .....	23
B. Strategi Humas.....	29
C. Bauran Promosi.....	39
<b>BAB III GAMBARAN UMUM MADRASAH IBTIDAIYAH NURUL GHOSYIAH TANGERANG SELATAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiah Tangerang Selatan .....	45
<b>BAB IV REALITAS HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Strategi Humas Dalam Mempromosikan Madrasah: MI Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan.....	63
B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam mempromosikan Madrasah.....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. KESIMPULAN .....	95
B. SARAN.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>
<i>Lampiran I</i> .....	106
<i>Lampiran II</i> .....	112
<i>Lampiran V</i> .....	117
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.....	58
Gambar 4.1.....	64
Gambar 4.2.....	68
Gambar 4.3.....	68
Gambar 4.4.....	70
Gambar 4.5.....	73
Gambar 4.6.....	82
Gambar 4.7.....	84
Gambar 4.8.....	90
Gambar 5.1.....	117
Gambar 5.2.....	117
Gambar 5.3.....	118
Gambar 5.4.....	118

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	50
Tabel 3.2.....	52
Tabel 3.3.....	55
Tabel 3.4.....	56
Tabel 3.5.....	57
Tabel 4.1.....	85
Tabel 4.2.....	93

## ABSTRAK

Strategi humas dan promosi sangat erat kaitannya satu sama lain karena Promosi dapat dianggap sebagai salah satu produk dari kegiatan hubungan masyarakat atau *public relations* (PR). Dalam konteks humas, promosi dilakukan untuk memperkenalkan atau memperluas pemahaman publik mengenai suatu organisasi, maupun lembaga. Dalam setiap kegiatan promosi yang dilakukan humas tentu memiliki tujuan untuk memperkenalkan lembaga maupun organisasi kepada khalayak agar dapat dikenal. Seperti yang dilakukan oleh lembaga yang akan diteliti oleh penulis yaitu Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan.

Tidak seperti biasanya dimana ketika sekolah atau lembaga pendidikan berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau, berbanding kebalik dengan Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah ini yang terletak di dalam pemukiman warga. Madrasah ini terletak di sebuah kecamatan Ciputat Timur, dan berada di tengah-tengah pemukiman warga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang ingin diketahui dari penelitian ini adalah bagaimana peran humas di lembaga pendidikan, bagaimana strategi humas dalam mempromosikan madrasah, dan apa saja proses humas dalam promosi. Metode Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menganalisis isi berdasarkan data-data wawancara, dan observasi.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa peran humas di lembaga pendidikan adalah sebagai penghubung, komunikator, pendukung dan publikator. Humas sebagai proses dalam promosi melakukan tahapan antara lain, penelitian, perencanaan, tahap aksi dan komunikasi serta tahap evaluasi. Adapun strategi humas dalam mempromosikan madrasah memanfaatkan media sosial dan kegiatan langsung yang melibatkan masyarakat serta melakukan kerja sama dengan sekolah lain.

***Kata Kunci : Humas, Strategi, Promosi, Madrasah***

## ABSTRACT

Kiky Adeana Sisca, Public Relations Strategies in Promoting Madrasah (Case Study of Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah South Tangerang).

PR strategies and promotion are closely intertwined because promotion can be seen as one of the products of public relations activities. In the context of PR, promotion is carried out to introduce or broaden public understanding of an organization or institution. In every promotional activity conducted by PR, there is a goal to introduce the institution or organization to the audience for recognition. Similar to the approach taken by the institution being researched, Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah South Tangerang.

Unlike the usual scenario where schools or educational institutions are strategically located and easily accessible, the situation is different for Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah, situated within a residential area. This madrasah is located in the Ciputat Timur sub-district, nestled amidst a residential community.

Based on this background, the research aims to uncover the role of PR in educational institutions, the PR strategies employed in promoting the madrasah, and the PR processes involved in promotion. The research methodology employed in this thesis is qualitative with a descriptive approach, analyzing content based on interview data and observations.

From this research, it is found that the role of PR in educational institutions includes being a connector, communicator, supporter, and disseminator. The PR process in promotion involves stages such as research, planning, action and communication, as well as evaluation. The PR strategies used to promote the madrasah involve leveraging social media and direct community engagement activities, as well as collaborating with other schools."

***Keywords: Public Relations, Strategy, Promotion, Madrasah***

## ملخص

كيكي أديانا سيسكا، استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز المدرسة (دراسة حالة مدرسة ابتدائية نور الغوثية تانغيرانج الجنوبية). في الممارسة العملية، تلعب العلاقات العامة دوراً نشطاً في تعزيز المؤسسات التعليمية.

وهذا يتطلب مشاركة ودعم الطلاب والموظفين والجمهور العام كمستهلكين للتعليم. كلما تقدمت المؤسسة التعليمية، زادت فعالية دور العلاقات العامة في الترويج لها أمام الجمهور، مما يجذب اهتمام الجمهور للانضمام إلى المؤسسة التعليمية.

استراتيجيات العلاقات العامة والترويج مترابطة ارتباطاً وثيقاً لأن الترويج يمكن اعتباره أحد المنتجات لأنشطة العلاقات العامة. في سياق العلاقات العامة، يتم تنفيذ الترويج لتقديم أو توسيع فهم الجمهور بشأن منظمة أو مؤسسة معينة. في كل نشاط ترويجي يقوم به قسم العلاقات العامة، هناك هدف لتقديم المؤسسة أو المنظمة إلى الجمهور لتعريفهم بها. كما هو الحال في المؤسسة التي سيتم دراستها من قبل الباحث، وهي مدرسة ابتدائية نور الغوثية تانغيرانج الجنوبية.

على عكس الحالة الاعتيادية حيث تكون المدارس أو المؤسسات التعليمية في مواقع استراتيجية وسهلة الوصول، تكون الحالة مختلفة بالنسبة لمدرسة ابتدائية نور الغوثية، حيث تقع في منطقة سكنية. تقع هذه المدرسة في منطقة تسمى "تشيبوتات تيمور" وهي في وسط منطقة السكن.

بناءً على هذا الخلفية، تهدف الدراسة إلى كشف دور العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية، واستراتيجياتها في الترويج للمدرسة، وعملية العلاقات العامة في الترويج. الأسلوب البحثي المستخدم في هذا الأطروحة هو الطراز الوصفي النوعي، وذلك من خلال تحليل المحتوى بناءً على بيانات المقابلات والملاحظات.

من هذا البحث، تبين أن دور العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية يشمل الوظائف كونها جسر اتصال، ومتحدث، وداعم، وناشر. تتضمن عملية العلاقات العامة في الترويج مراحل مثل البحث، والتخطيط، ومرحلة العمل والتواصل، وكذلك مرحلة التقييم. استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة للترويج للمدرسة تشمل الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والأنشطة المباشرة التي تشمل المجتمع، وكذلك التعاون مع مدارس أخرى.

الكلمات الدالة: العلاقات العامة، الاستراتيجية، الترويج، مدرسة

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

### **A. Latar Belakang**

Humas merupakan singkatan dari kata Hubungan Masyarakat. Di dalam bahasa Inggris, Humas disebut sebagai *Public Relations*, yang merujuk pada serangkaian aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu untuk menyebarkan informasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan.<sup>1</sup> Menurut Frank Jefkins yang dikutip oleh Morissan, ada berbagai macam pengertian humas, namun menurutnya humas adalah sesuatu yang membuat keseluruhan komunikasi terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi maupun instansi dengan publiknya sehingga tercapainya tujuan instansi tersebut.<sup>2</sup> Pada intinya humas berkaitan langsung dengan kegiatan yang menciptakan pemahaman melalui informasi yang disusun maupun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan sehingga timbul satu dampak perubahan yang positif.

Kegiatan humas meliputi berbagai jenis komunikasi, seperti publikasi, iklan, acara promosi, media sosial, dan komunikasi personal. Strategi dan taktik humas yang digunakan bergantung pada tujuan organisasi atau lembaga, serta sasaran publik yang ingin dicapai. Dalam praktiknya, kegiatan humas biasanya dilakukan oleh tim atau departemen humas yang terdiri dari profesional yang terampil dalam bidang komunikasi dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang tujuan

---

<sup>1</sup>Tim Penulis, “*Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*”, (Bandung: Widina Bakti Persada, 2020), h. 3.

<sup>2</sup>Morissan, “*Manajemen Public Relations*”, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 8.

dari organisasi atau lembaga.

Humas memiliki peran penting dalam membantu organisasi atau lembaga mencapai tujuannya melalui pengelolaan hubungan yang baik dengan publiknya. Dalam melaksanakan tugasnya, humas harus mampu memahami karakteristik dan kebutuhan publik, serta mampu mengelola informasi dan pesan yang disampaikan oleh organisasi atau lembaga agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan publik. Humas juga berfungsi sebagai alat untuk memperkenalkan organisasi atau lembaga kepada masyarakat, memperbaiki citra organisasi, serta menciptakan hubungan yang baik dengan berbagai pihak terkait. Fungsi hubungan masyarakat dalam konteks pendidikan adalah untuk membantu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga organisasi pendidikan dapat memperoleh dukungan dari publik.

Berikut juga beberapa fungsi humas di lembaga pendidikan antara lain:

1. Sebagai mediator dalam menyampaikan pesan baik secara langsung (*face to face*) maupun tidak langsung kepada pimpinan lembaga dan publik internal (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa).
2. Sebagai pendukung dan penunjang semua kegiatan yang berkaitan dengan mempromosikan lembaga pendidikan, khususnya sebagai pengelola informasi kepada publik internal dan publik eksternal.
3. Menciptakan suatu *image* atau citra positif terhadap lembaga pendidikannya.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Wina Puspita Sari, "*Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan*", (Fakultas Ilmu Sosial: Universitas Negeri Jakarta, 2019), Vol. 7 No. 1, h. 53.

Adapun jika dikaitkan dengan perspektif Islam mengenai humas berdasarkan fungsinya, adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

*Pertama*, untuk menyebarkan informasi, sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Q.S Al-Maidah: 67

﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾

*“Hai Rosul sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya...”* (QS. Al-Maidah [5]:67)

Ayat diatas dengan tugas humas secara umum adalah bahwa seorang humas sudah seharusnya untuk menyampaikan apa yang telah ditugaskan kepadanya untuk menyebarkan informasi dan membawa manfaat

*Kedua*, sebagai pengingat bahwa pentingnya menjaga hubungan baik dengan Allah dan sesama manusia, sesuai dengan firman Allah SWT, dalam Q.S Ali-Imran: 112

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الدِّلَّةُ أَيُّنَ مَا تُقْفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ ۖ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

*“Dilimpahkan atas manusia kehinaan kesengsaraan di mana saja mereka berada, kecuali ia selalu mengadakan hubungan dengan Allah dan dengan manusia...”* (QS. Ali-Imran[3]:112)

Selanjutnya dari ayat tersebut dengan humas adalah berkaitan dengan peran krusial humas yang berperan untuk menjaga hubungna

---

<sup>4</sup> Sulvinajayanti, *“PRAKTIK PUBLIC RELATION DALAM PANDANGAN ISLAM”* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, h. 146.

baik dengan publiknya. Tidak hanya menaikkan citra positif namun lebih dari itu yaitu mempertahankan hubungan yang positif agar terjalin hubungan baik antar yang bersangkutan.

*Ketiga*, fungsi tolong menolong atau kerjasama sesuai dengan firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Maidah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا  
 أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا  
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ  
 وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

*“Dan tolong-menolonglah untuk kebaikan, dan janganlah kalian tolong-menolong dalam hal dosa dan permusuhan.”* (QS. Al-Maidah[5]:2)

Selanjutnya, fungsi humas dalam pandangan islam juga dapat dikategorikan sebagai orang yang tolong menolong dalam kebaikan agar terhindar dari permusuhan. Karena sejatinya fungsi seorang humas bukan diadakan untuk menciptakan komunikasi yang baik antara suatu hubungan lembaga/instansi.

Dalam menjalankan tugas humas yang secara umum berkaitan langsung dengan citra atau nama baik lembaga maupun organisasi, humas memerlukan sebuah strategi untuk dapat menjalankan rencana dan mencapai *goals* atau tujuannya. Strategi humas adalah suatu perencanaan atau *planning* yang disusun agar memperoleh ketertarikan dan kepercayaan di masyarakat.

Salah satu langkah strategi dalam humas untuk mencapai tujuannya adalah melakukan promosi. Promosi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang

ditujukan untuk pasar (dalam hal ini adalah masyarakat) agar dapat mengenal dan menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>5</sup>

Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana lembaga pendidikan seperti madrasah mampu menjangkau masyarakat sehingga bisa dikenal dengan baik dan mempercayakan pendidikan terhadapnya, seperti Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah yang akan dibahas oleh penulis. Fungsi hubungan masyarakat dalam konteks pendidikan adalah untuk membantu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga organisasi pendidikan dapat memperoleh dukungan dari publik.

Strategi humas dan promosi sangat erat kaitannya satu sama lain karena promosi dapat dianggap sebagai salah satu produk dari kegiatan hubungan masyarakat atau *public relations* (PR). Dalam konteks humas, promosi dilakukan untuk memperkenalkan atau memperluas pemahaman publik mengenai suatu organisasi, maupun lembaga. Dalam setiap kegiatan promosi yang dilakukan humas tentu memiliki tujuan untuk memperkenalkan lembaga maupun organisasi kepada khalayak agar dapat dikenal. Seperti yang dilakukan oleh lembaga yang akan diteliti oleh penulis yaitu Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan.

Madrasah Ibtidaiyah adalah sebuah lembaga pendidikan yang setara dengan sekolah dasar pada umumnya, namun di dalamnya terdapat pelajaran-pelajaran Islam. Dalam praktiknya, madrasah mengkolaborasikan antara pengetahuan umum dan pengetahuan agama. Sesuai dengan Keppres No. 34 tahun 1972 dan Inpres No. 15 tahun 1974<sup>6</sup>,

---

<sup>5</sup>Yolanda, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...”, (Jurnal Manajemen: Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur, 2018), Vol. 6. No. 1A. h. 93.

<sup>6</sup> Keputusan Presiden No.34 (1972) dan Intruksi Presiden No. 15 (1974).

pemerintah mengambil kebijakan yang lebih operasional terhadap madrasah yaitu dengan dikeluarkannya surat keputusan bersama oleh tiga Menteri, yaitu, Menteri Agama, Pendidikan dan Kebudayaan, dan Menteri Dalam Negeri tentang kedudukan Madrasah dalam Sistem Pendidikan Nasional di Indonesia yaitu terdapat pada Bab 1 ayat 2 poin pertama bahwa Madrasah Ibtidaiyah, setingkat dengan sekolah dasar.<sup>7</sup>

Madrasah merupakan sebuah lembaga pendidikan Islam yang memiliki peran penting dalam membentuk generasi muda yang berkualitas dan berakhlak mulia di Indonesia. Namun, mempromosikan madrasah sebagai sebuah lembaga pendidikan yang moderen dan berkualitas semakin sulit karena kurangnya minat dan perhatian dari masyarakat terhadap pendidikan Islam, serta kurangnya upaya promosi yang dilakukan oleh pihak madrasah. Oleh karena itu, peran Humas menjadi sangat penting dalam mempromosikan madrasah sebagai sebuah lembaga pendidikan yang modern dan berkualitas.

Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiah adalah sebuah lembaga pendidikan swasta formal yang terletak di Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Madrasah Nurul Ghosyiyah pada dasarnya adalah perubahan dari Madrasah Diniyah Miftahul Umam yang didirikan pada tahun 1969.<sup>8</sup> Tidak seperti biasanya di mana ketika sekolah atau lembaga pendidikan berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau, berbanding kebalik dengan Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah ini yang terletak di dalam pemukiman warga.

Madrasah ini terletak di sebuah kecamatan Ciputat Timur, dan berada di tengah-tengah pemukiman warga. Karena letak bangunan

---

<sup>7</sup>Ahmad Sirojudin, “*Manajemen Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*”, Jurnal Program Studi PGMI, Vol. 6 No. 2 : 2019, h. 211.

<sup>8</sup> [https://minurulghosyiyah.sch.id/?page\\_id=2](https://minurulghosyiyah.sch.id/?page_id=2)

madrasah yang tidak begitu terlihat oleh masyarakat sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi humas madrasah untuk mempromosikan lembaganya dengan tujuan agar dapat menarik minat masyarakat atau calon peserta didik dan mempercayakan pendidikannya di lembaga tersebut. Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk menganalisis strategi humas Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan dengan judul **“Strategi Humas Dalam Mempromosikan Madrasah (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan).”**

## **B. Permasalahan**

Sesuai pemaparan di atas, maka penulis merasa perlu untuk mengidentifikasi, membatasi, dan merumuskan masalah menjadi berikut:

1. Identifikasi Masalah
  - a. Strategi humas dalam mempromosikan madrasah
  - b. Faktor pendukung dan penghambat pada saat promosi
2. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan dan memberi arah yang tepat dalam penelitian ini sehingga tidak terlalu meluasnya pembahasan, maka penelitian ini dibatasi hanya dengan mengkaji pada strategi humas dalam mempromosikan madrasah studi kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan.

3. Rumusan Masalah
  - a. Bagaimana strategi humas dalam mempromosikan madrasah studi kasus Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan?
  - b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat humas Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan dalam mempromosikan Madrasah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan persoalan yg telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui strategi apa saja yang telah dilakukan oleh Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan dalam mempromosikan madrasah.
2. Dapat mengetahui faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan humas Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan dalam mempromosikan Madrasah.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademis
  - a. Menjadi sumbangan ilmiah khususnya bagi penulis dan umumnya untuk mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.
  - b. Diharapkan penulis dapat memberikan sumbangan pemikiran atau referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi bagi khalayak (pembaca) yang ingin belajar pada bidang atau konsentrasi Humas.
  - b. Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Berikut beberapa tinjauan pustaka yang didapatkan dan menjadi sebuah

rujukan dari penelitian ini dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

1. “*Strategi Public Relations Penerimaan Mahasiswa Baru Di Institut Ilmu Al-Qur`an (IIQ) Jakarta (Periode 2020-2021)*”. Ditulis oleh Feby Rahma Dhillah, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Insitut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi *public relations* yang digunakan oleh Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.<sup>9</sup> Adapun hasil dari penelitian tersebut menunjukkan beberapa hal, *pertama*, proses penerimaan mahasiswa baru dilaksanakan melalui sistem online, dimulai dari tahap pendaftaran hingga tes seleksi., hingga Proses daftar ulang dan pelaksanaan kegiatan perkuliahan. *Kedua*, panitia penerimaan mahasiswa baru memanfaatkan beberapa strategi, termasuk penggunaan sistem penerimaan mahasiswa dalam bentuk digital digunakan oleh panitia untuk menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga dan instansi guna meningkatkan minat calon mahasiswa baru. *Ketiga*, dalam merumuskan strategi *public relations*, IIQ Jakarta menggunakan teori Philip Kotler yaitu *product, price, place, dan promotion*. Persamaan penelitian ini adalah membahas dan meneliti strategi humas dalam memecahkan tantangan tersendiri yang ada di lembaga yaitu memperkenalkan lembaga pendidikan tersebut kepada masyarakat. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian yaitu penelitian tersebut dilakukan di perguruan tinggi dan penelitian ini dilakukan

---

<sup>9</sup> Feby Rahma Dhillah, “*Strategi Public Relations Penerimaan Mahasiswa Baru Di Institut Ilmu Al-Qur`An (Iiq) Jakarta (Periode 2020-2021)*”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Insitut Ilmu Al-Qur’an Jakarta, 2021)

di Madrasah Ibtidaiyah.

2. *“Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam Di Pondok Pesantren Nurul Qurnain Sukowono Jember”*. Ditulis oleh Rosyidah Sari Anggraeni, mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi terhadap perencanaan manajemen humas yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Nurul Qurnain dalam upaya memperkenalkan dan mempromosikan lembaga pendidikan Islam di PPNQ. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan manajemen humas di PPNQ meliputi beberapa langkah, yaitu: 1) Mengidentifikasi tantangan internal dan eksternal serta menganalisis kebutuhan masyarakat; 2) merencanakan dan memprogram kegiatan yang mencakup deskripsi pekerjaan dan program-program humas yang direncanakan, serta media yang digunakan; 3) mengkomunikasikan program kepada masyarakat; 4) mengevaluasi program melalui rapat.<sup>10</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah membahas tentang bagaimana rancangan atau susunan strategi yang dilakukan bagian humas dalam mempromosikan lembaga. Sedangkan perbedaannya adalah ruang lingkup humas, pada penelitian tersebut ruang lingkup humas ada pada lingkungan pondok pesantren dan pada penelitian ini berada di ruang lingkup masyarakat.

3. *“Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Memasarkan Lembaga*

---

<sup>10</sup> Rosyidah Sari Anggraeni, *“Peran Manajemen Humas dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Qurnain Sukowono Jember”*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Insitut Agama Islam Negeri Jember) 2021)

*Pendidikan Di MTs Negeri 01 Lumajang*”. Ditulis oleh Kholilul Rohman, mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan manajemen humas dan strategi bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan minat peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di MTs Negeri 01 Lumajang, penerapan pemasaran dilakukan melalui analisis pasar, promosi langsung dan tidak langsung. Selain itu, strategi bauran pemasaran yang digunakan meliputi: produk, seperti program *full day school* dan ma'had; harga yang terjangkau; tempat yang strategis dan dekat perkotaan; serta promosi melalui brosur, kalender, spanduk, dan media elektronik (website).<sup>11</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah menganalisis strategi humas dalam mempromosikan lembaga madrasah, sehingga menarik minat peserta didik baru. Perbedaannya adalah pada skripsi tersebut penelitian dilakukan di Madrasah negeri yang setara dengan tingkat SMP sedangkan penelitian ini dilakukan di Madrasah berbasis swasta dan setara dengan tingkat SD pada Pendidikan umum.

4. *“Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Islamiyah Belongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu Utara”*. Ditulis oleh Suci Hariyati, mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Tujuan dari

---

<sup>11</sup> Kholilul Rohman, *“Manajemen Hubungan Masyarakat dalam memasarkan Lembaga Pendidikan di MTs Negeri 01 Lumajang”* (Tesis, Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq, 2022)

penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana manajemen humas dapat menarik minat calon peserta didik, baik dari segi metode yang digunakan, pelaksanaan manajemen humas, dan implikasi dari penerapan manajemen humas sebelumnya. Dalam penelitian ini, terdapat tiga temuan yang dihasilkan, yaitu: 1) Pelaksanaan penerapan manajemen humas di MTs Islamiyah Belongkut dalam menarik minat calon peserta didik, 2) Metode-metode yang digunakan oleh manajemen humas untuk menarik minat calon peserta didik, dan 3) Implikasi dari penerapan metode yang digunakan oleh manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Islamiyah Belongkut pada tahun 2018-2019.<sup>12</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah meneliti peranan humas dan apa saja pelaksanaan penerapan manajemen humas di dalamnya. Perbedaannya adalah skripsi tersebut meneliti bagaimana penerapan manajemen humas dalam menarik minat calon peserta didik sedangkan penelitian ini untuk mengetahui strategi humas dalam mempromosikan Lembaga.

5. *“Peran Humas Dalam Mempromosikan Madrasah Di Lembaga Pendidikan Berbasis Pesantren”*. Ditulis oleh Maisun, mahasiswa jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran humas dalam pelaksanaan promosi madrasah, yaitu: (1) Humas sebagai analisator yaitu humas menganalisis kebutuhan masyarakat, sebagai inisiator yaitu melakukan penyusunan program publikasi, sebagai

---

<sup>12</sup> Suci Hariyati, *“Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTs Islamiyah Belongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu Utara”* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020)

publikator yaitu humas juga menjadi pelaksana program publikasi, dan sebagai evaluator yaitu mengevaluasi atas hasil dari program promosi yang telah dilakukan. (2) Program dan strategi humas yang digunakan dalam pelaksanaan program promosi Madrasah di MA Nurul Hidayah Bantur ada dua jenis yaitu kegiatan tidak langsung berupa pemanfaatan media cetak maupun media sosial dan kegiatan langsung dengan mengadakan acara mulai dari berbagai macam *event* hingga bakti sosial dan perlombaan. (3) Adapun faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program promosi Madrasah di MA Nurul Hidayah yang berbasis pesantren adalah memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar sedangkan untuk factor penghambatnya adalah terbatasnya anggaran yang dimiliki madrasah, persaingan antar Lembaga dan pandemic covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus.<sup>13</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas program promosi atau promosi yang dilakukan oleh bagian humas dan faktor-faktor penghambat dalam mengimplementasikannya. Perbedaan skripsi tersebut dengan skripsi ini terletak pada ruang lingkupnya, dimana skripsi tersebut dilakukan di lingkungan yang berbasis pesantren sehingga itu menjadi tantangan tersendiri dalam mempromosikan sebuah Lembaga Madrasah, sedangkan pada skripsi ini berada dalam lingkup Madrasah itu sendiri dan tidak berbasis pesantren.

---

<sup>13</sup> Maisun, "*Peran Humas dalam Mempromosikan Madrasah di Lembaga Pendidikan Berbasis Pesantren (Studi Kasus MA Nurul Hidayah Kec. Bantur Kab. Malang)*", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021)

Setelah melihat hasil penelitian sebelumnya, penulis belum menemukan judul yang sama dengan yang diajukan. Karena belum ada skripsi yang membahas topik yang penulis ajukan, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul "Strategi Humas dalam Mempromosikan Madrasah (Studi Kasus Madrasah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan)". Keunggulan dari penelitian ini adalah bahwa penulis memfokuskan pada strategi humas dalam mempromosikan madrasah. Humas memiliki peran penting dalam perkembangan sebuah lembaga atau perusahaan. Terlebih lagi, madrasah yang diamati oleh penulis memiliki letak yang tersembunyi dan sulit diakses oleh masyarakat umum karena berada di tengah-tengah pemukiman warga. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi humas dalam mempromosikan lembaga dengan masyarakat belum pernah dilakukan sebelumnya. Di dalam sebuah lembaga, diperlukan strategi untuk memperkenalkan dan mempromosikan lembaga, membangun reputasi, serta menjaga citra organisasi. Hal ini membutuhkan kreativitas dan kemampuan humas dalam memberikan ide-ide baru untuk menarik perhatian masyarakat, mengembangkan merek, meningkatkan citra organisasi, dan mengumpulkan publisitas melalui berbagai metode. Terlebih lagi, humas harus memiliki strategi yang efektif dalam menghadapi krisis yang terjadi pada lembaga tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas strategi yang dilakukan oleh pihak lembaga untuk menarik minat masyarakat.

#### **F. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ilmiah, agar penelitian dapat menghasilkan penemuan penelitian, analisis yang komprehensif, kesimpulan yang kuat, dan dapat dipertanggungjawabkan, penulis harus memperhatikan aspek-

aspek penting dalam penelitian dengan baik, tepat, dan benar.

## **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan cara menciptakan gambaran yang komprehensif dan kompleks yang dapat diungkapkan melalui kata-kata. Penelitian ini melibatkan pelaporan pandangan yang terperinci yang diperoleh dari sumber informan, dan dilakukan dalam lingkungan yang alami atau asli. Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan.

Alasan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif adalah karena ingin mendeskripsikan secara rinci tentang apa yang terjadi di lapangan secara transparan.

## **2. Sumber Data**

### **a. Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari sumbernya. Data primer juga dikenal sebagai data asli atau data baru yang selalu mutakhir. Untuk memperoleh data primer, penulis harus mengumpulkannya secara langsung. Adapun Teknik yang dapat digunakan untuk mendapatkan data primer antara lain dengan observasi, wawancara, diskusi terfokus.<sup>14</sup> Oleh karena itu pada penelitian ini, penulis akan menggunakan sumber data primer

---

<sup>14</sup>Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta, 2015 : Literasi Media Publishing), h. 68 – google books (30 Maret 2023)

untuk mendapatkan informasi yaitu dengan mewawancarai narasumber atau informan terkait, yaitu kepala sekolah Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan dan bagian kesiswaan sekaligus humas madrasah.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan penulis dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber antara lain Biro Pusat Statistik (BPS), buku, jurnal, laporan dan lain-lain. Berdasarkan pengertian tersebut data sekunder sangat bermanfaat untuk membantu penulis dalam memperjelas masalah dan memperoleh penelitian yang lebih sistematis.<sup>15</sup> Maka dari itu untuk memenuhi data sekunder selain dari buku dan jurnal-jurnal yang penulis baca, penulis juga mengambil data melalui website resmi Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan, dan akun media sosial lainnya.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mengacu pada subjek dari penelitian ini yaitu strategi humas dalam mempromosikan madrasah di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan. Maka pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala-gejala, baik yang

---

<sup>15</sup>Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik, *"Dasar Metodologi Penelitian"*, (Yogyakarta, 2015 : Literasi Media Publishing), h. 69 – google books (30 Maret 2023)

bersifat fisik maupun mental. Dalam konteks penelitian, penulis melakukan observasi secara teknis terhadap keseluruhan sistem, mulai dari menentukan lokasi penelitian dengan melakukan pra-survei hingga pengumpulan data dilakukan. Selain itu, dalam observasi, peneliti juga mempelajari dan memahami perilaku orang-orang yang terlibat dalam penelitian tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengamatan atau observasi, baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, sangat bermanfaat untuk mengungkapkan situasi yang sebenarnya.<sup>16</sup>

Observasi dibagi menjadi 2 jenis yaitu observasi partisipan dan non partisipan. Observasi partisipan adalah pengamatan yang langsung melibatkan penulis. Sedangkan observasi non partisipan adalah pengamatan yang dilakukan hanya dari luar atau tidak terlibat langsung pada objek penelitian, dalam hal ini penulis hanya melihat, mencatat, merekam dan memotret perilaku objek penelitian.<sup>17</sup> Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan jenis observasi non partisipan yaitu penulis tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang menjadi objek dalam penelitian.

#### b. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan. Dalam penelitian kualitatif, wawancara adalah suatu bentuk pembicaraan

---

<sup>16</sup>Ajat Rukajat, "*Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*", (Yogyakarta, 2018 : Deepublish). h. 22.

<sup>17</sup>Dr. Dudi Iskandar, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Pati, 2022 : Maghza Pustaka), h. 68.

yang memiliki tujuan tertentu dan biasanya diawali dengan beberapa pertanyaan informal. Wawancara penelitian bukan hanya sebatas percakapan, tetapi mencakup cakupan dari yang informal hingga formal.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) yaitu wawancara yang dilaksanakan secara intensif, terbuka, dan mendalam. Dalam penelitian ini penulis akan mewawancarai beberapa orang yang terlibat dalam kegiatan mempromosikan madrasah dan menggunakan wawancara tidak terstruktur agar memperoleh jawaban yang jelas dan sistematis sehingga meminimalisir meluasnya pembahasan.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah dengan cara *face to face* atau bertemu langsung, karena untuk mendapatkan informasi yang valid.

Studi dokumen adalah sebuah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen, baik itu dalam bentuk tertulis, gambar, hasil karya, atau elektronik. Setelah dokumen-dokumen terkumpul, maka dilakukan analisis, perbandingan, dan sintesis yang menghasilkan satu kajian yang sistematis, terpadu, dan utuh. Studi dokumen bukan hanya sekedar mengumpulkan dan menuliskan kutipan-kutipan dari sejumlah dokumen, tetapi meliputi hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut yang kemudian dilaporkan sebagai hasil penelitian.

#### **4. Subjek dan Objek Penelitian**

---

<sup>18</sup>Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara", (Lembar Metodologi: Jurnal Keperawatan Indonesia, Vol. 11, No.1, 2007) h. 35.

Subjek dalam penelitian ini adalah humas dari Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan. Dan objeknya adalah strategi humas dalam mempromosikan lembaga tersebut.

## **5. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dimulai sejak bulan Maret 2023 hingga bulan Juni 2023. Sebelumnya, penulis telah mengamati madrasah sebelum menentukan judul penelitian ini. Lokasi penelitian berada di lembaga terkait yaitu Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan, Kecamatan Ciputat Timur, Kelurahan Pisangan.

## **6. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menelaah dan mengkaji lebih dalam terhadap strategi humas dalam mempromosikan Madrasah lalu dianalisis dengan landasan teori dan kemudian ditarik kesimpulan dari masalah yang diteliti. Setelah melakukan wawancara dan observasi, penulis akan melakukan teknik analisis data. Penulis akan menggunakan tiga tahap dalam teknik analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi Data: Reduksi data dalam penelitian ini mencakup proses membuat rangkuman, memilih tema, membuat kategori dan pola tertentu sehingga makna. Tujuan dari reduksi data adalah untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data agar dapat diarahkan pada pengambilan kesimpulan.<sup>19</sup>
- b. Penyajian Data: Penyusunan informasi dalam suatu format yang terstruktur merupakan penyajian data. Penyajian data ini

---

<sup>19</sup>Helaluddin, Hengki Wijaya, “Analisi Data Kualitatif” (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray : 2019) h. 123.

memberikan kemungkinan untuk melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang tepat. Data kualitatif dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti teks naratif dalam bentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang disusun dengan baik sehingga memudahkan untuk memahami apa yang sedang terjadi, melakukan analisis ulang, dan memastikan kesimpulan yang diambil sudah tepat.<sup>20</sup>

- c. Penarikan Kesimpulan: Tahap akhir dalam proses analisis data adalah membuat kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap ini, penulis menyimpulkan makna dari data yang telah dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Untuk membuat kesimpulan, penulis membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Tujuannya adalah untuk mencari makna dari data yang telah dikumpulkan.<sup>21</sup>

## 7. Metode Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Adapun tujuan dari teknik triangulasi untuk meningkatkan validitas teoritis, metodologis, dan interpetatif. Triangulasi juga dapat diartikan sebagai proses pengecekan data dengan memanfaatkan sumber, teknik, dan waktu yang berbeda. Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi sumber yaitu melibatkan perbandingan jawaban dari beberapa narasumber untuk

---

<sup>20</sup>Ahmad Rijali, "*Analisis Data Kualitatif*", UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17 No. 33 : 2018, h. 94.

<sup>21</sup>Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", (Literasi Media Publishing, 2015 : Yogyakarta) h. 124

menemukan kesamaan dan konsistensi. Selain itu sumber data yang digunakan adalah hasil dari wawancara dengan berbagai narasumber yang berbeda, sehingga memperoleh keabsahan data dari setiap informan.<sup>22</sup>

Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi sumber yang melibatkan antara jawaban dari beberapa narasumber untuk menemukan kesamaan atau konsistensi. Selain itu, sumber data yang digunakan adalah hasil wawancara dengan berbagai narasumber yang berbeda, sehingga memperoleh keabsahan data dari setiap informan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian merupakan rancangan penelitian yang berisi struktur bab nama judul bab dan sub bab untuk mempermudah dalam pembatasan penyusunan pada skripsi ini berpedoman pada buku “Pedoman Penelitian Proposal dan Skripsi tahun 2021” yang diterbitkan IIQ Press.<sup>23</sup> Maka penulis merancang sistematika penelitian sebagai berikut:

Agar penelitian ini lebih sistematis sehingga tampak adanya gambaran yang terarah, logis, dan saling berhubungan antara satu bab dengan bab berikutnya maka penelitian ini disusun ke dalam lima bagian sebagai berikut:

Pada bab I terait dengan pendahuluan, penulis membahas latar belakang masalah yang menjelaskan kondisi permasalahan yang terjadi, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

---

<sup>22</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen, (Bandung: Alfabeta, 2014) h. 404.

<sup>23</sup> Tim Penulis, " *Pedoman Penelitian Proposal dan Skripsi tahun 2021*" (IIQ Jakarta, 2021)

tinjauan Pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian. Selanjutnya pada bab II yang membahas tentang landasan teori, berisikan pengertian-pengertian humas, peran, fungsi, dan tujuan humas serta strategi humas dan ruang lingkup humas dalam lembaga pendidikan.

Kemudian bab III terdiri dari profil MI Nurul Ghosiyah Tangerang Selatan, termasuk sejarah, visi misi, tujuan dan struktur kepemimpinan.

Adapun pada bab VI dari hasil penelitian terkait strategi hubungan masyarakat dalam mempromosikan madrasah serta faktor pendukung dan penghambat humas dalam mempromosikan madrasah, dan dilanjut dengan bab V berisikan tentang kesimpulan yang merupakan jawaban terhadap perumusan permasalahan yang diajukan pada bab satu serta saran yang penulis ajukan sebagai acuan bagi para pembaca.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab-bab sebelumnya maka, penulis mengambil kesimpulan dari hasil penelitian strategi humas dalam mempromosikan madrasah (studi kasus MI Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan) sebagai berikut:

#### **1. Strategi Humas Dalam Mempromosikan Madrasah: MI Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan**

Dalam pelaksanaan program promosi madrasah, humas mempunyai peranan dalam menyusun beberapa program yang akan dilaksanakan dalam mempromosikan sekolah. Ada dua jenis cara promosi yang dilakukan oleh humas MI Nurul Ghosyiyah yaitu promosi melalui : a) Kegiatan tidak langsung, adapun kegiatan tidak langsung tersebut melalui perantara media cetak dan media sosial dan b) Kegiatan langsung, adapun kegiatan langsung yang dimaksudkan adalah menggelar kegiatan di madrasah yang melibatkan warga madrasah itu sendiri, yang berpeluang mendapatkan perhatian dari masyarakat seperti pawai hari pahlawan dan hari kemerdekaan, hingga menawarkan program unggulan yang dimiliki oleh madrasah yang telah diteliti sebagai kebutuhan masyarakat.

Adapun untuk strategi yang dilakukan oleh humas MI Nurul Ghosyiyah dalam mempromosikan adalah dengan membentuk panitia pada saat PPDB dan melakukan kerja sama dengan sekolah-sekolah favorit negeri untuk memberikan kesempatan promosi dengan penyebaran pamflet dan brosur kepada wali murid dari calon-calon peserta didik yang berkepentingan, dan menawarkan harga miring

biaya gedung apabila mendaftar dengan membawa brosur yang diberikan panitia pada waktu tersebut.

Proses promosi humas dalam kegiatan promosi adalah segala rangkaian tahapan perencanaan yang dilakukan oleh humas agar memaksimalkan proses promosi itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber, penulis menemukan ada 4 poin tahapan proses promosi yang dilakukan oleh humas MI Nurul Ghosiyah Tangerang Selatan.

a. Tahap penelitian

Tahap penelitian adalah tahap paling awal yang dilakukan sebelum melanjutkan ke tahap pelaksanaannya. Dengan adanya penelitian atau *research* terlebih dahulu, tahap ini membantu untuk mengenali kondisi dan keadaan, dalam hal ini humas menganalisis kebutuhan masyarakat seperti apa, hingga pada akhirnya dapat kesimpulan dari survei yang telah dilakukan. Humas MI Nurul Ghosiyah melakukan pendekatan terhadap masyarakat terhadap keadaan ekonomi dan kebutuhan pelajaran yang diharapkan untuk anak-anak mereka.

b. Tahap Perencanaan

Setelah melakukan penelitian, hal selanjutnya yang dilakukan adalah perencanaan. Perencanaan yang dilakukan oleh Humas MI Nurul Ghosiyah biasanya dilakukan pada saat penerimaan peserta didik baru atau PPDB. Pada saat PPDB tersebut MI Nurul Ghosiyah menunjukkan performa terbaiknya dengan melakukan penyebaran informasi yang berkaitan dengan prestasi atau pencapaian-pencapaian dan kegiatan terbaik madrasah sehingga bisa diakses oleh masyarakat dan menjadi bahan pertimbangan. Perencanaan dilakukan melalui rapat

bersama guru dan staff sebelum melaksanakan program promosi, sehingga dengan pelibatan guru dan staff tersebut jangkauan promosi dapat lebih luas lagi.

c. Tahap Aksi dan Komunikasi

Selanjutnya adalah aksi dan komunikasi, dimana pada tahap ini, dilakukannya promosi tersebut. Tahap ini meliputi penyebaran pamflet dan informasi-informasi yang telah disusun sedemikian rupa. MI Nurul Ghosyiyah mengkomunikasikan program promosinya melalui pengumuman-pengumuman mengenai pencapaian siswa dan disebarakan juga di sosial media.

d. Tahap Evaluasi

Setelah melakukan sebuah strategi, perlu adanya evaluasi terhadap apa yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan agar dapat menganalisis faktor-faktor penghambat dan penghubung dalam proses promosi, untuk jadi bahan pertimbangan pada strategi selanjutnya. Humas MI Nurul Ghosyiyah mengadakan rapat evaluasi sebagai bahan komunikasi atas hasil dari program promosi dan hal ini pasti selalu dilakukan.

Selanjutnya adalah peran humas dalam lembaga pendidikan, dalam dunia pendidikan, mendapatkan kepercayaan dari wali murid dan masyarakat adalah salah satu indikasi keberhasilan suatu lembaga. Maka dengan itu peran humas di lembaga pendidikan sangat penting untuk keberlangsungan nama baik madrasah terlebih menjaga hubungan lembaga dengan publiknya. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyimpulkan bagaimana peranan humas di lembaga pendidikan, khususnya di MI Nurul Ghosyiyah dalam

mempromosikan madrasah, adalah sebagai berikut:

a) Penghubung b) Komunikator c) pendukung d) Publikator. Sebagai promotor sekolah humas bertanggung jawab atas terciptanya hubungan baik dengan masyarakat dan wali murid, tidak hanya sebagai perantara antara kepentingan madrasah dengan masyarakat sebagai kepentingan internal, tetapi juga menciptakan lingkup yang aman bagi masyarakat atau wali murid ke madrasah, artinya dapat menciptakan suasana yang komunikatif antar dua arah.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam mempromosikan Madrasah**

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mempromosikan madrasah yang dialami oleh instansi/lembaga pendidikan tentunya berbeda setiap lembaga. Faktor pendukung adalah hal-hal yang dapat membantu dalam program promosi sehingga tujuan bisa tercapai. Sedangkan faktor penghambat adalah, hal-hal yang dialami atau dirasakan oleh lembaga dalam proses promosi berlangsung. Adapaun faktor pendukung dan penghambat yang dialami oleh humas MI Nurul Ghosyiyah Tangerang Selatan adalah sebagai berikut:

### **a) Faktor Pendukung**

*Pertama*, Hubungan yang baik dengan masyarakat, humas berperan dalam menciptakan citra yang baik pula dengan masyarakat. Hal ini menjadi faktor pendukung karena MI Nurul Ghosyiyah memiliki hubungan yang dekat dengan masyarakat, bisa dilihat dengan pelibatan-pelibatan masyarakat di setiap kegiatan madrasah pada saat hari-hari besar.

*Kedua*, Memiliki Program Unggulan, selain menjaga hubungan baik dengan masyarakat, MI Nurul Ghosyiyah juga menawarkan program

unggulan yang dimiliki, yaitu a) Gerakan sekolah menyenangkan b) metode belajar Al-Qur'an Yanbua c) Program Tahfidz.

Program unggulan yang ditawarkan tersebut menjadi kelebihan MI Nurul Ghosiyah dalam mempromosikan madrasah sebagai kebutuhan masyarakat.

b) Faktor Penghambat

*Pertama*, Terbatasnya anggaran hal tersebut disebabkan oleh kondisi dan keadaan madrasah yang belum stabil serta keadaan siswa yang berasal dari keluarga menengah ke bawah, sehingga madrasah tidak membebankan pungutan biaya yang terlalu tinggi kepada wali murid.

*Kedua*, Ancaman dari luar yaitu persaingan antar sekolah lain yaitu persaingan dengan sekolah-sekolah lain. Tidak dapat dipungkiri sebagai penyedia jasa pendidikan dihadapkan dengan realita pilihan masyarakat dengan sekolah-sekolah lain yang memiliki kelebihan di atas MI Nurul Ghosiyah atau setara.

*Ketiga*, pandemi Covid-19, hambatan selanjutnya yang dirasakan oleh MI Nurul Ghosiyah adalah pada saat Pandemi Covid 19 melanda. Akibatnya kegiatan madrasah yang harusnya dilakukan secara langsung, sempat terhambat oleh peraturan pemerintah pada saat pembatasan berkala dan melayangkan kebijakan pembelajaran jarak jauh. Hal tersebut juga berdampak pada kegiatan promosi yang terbatas dan hanya dilakukan via virtual.

## **B. SARAN**

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, dengan ini penulis ingin memberikan saran mengenai peran humas di lembaga pendidikan guna meningkatkan strategi humas dalam mempromosikan madrasah MI Nurul Ghosiyah Tangerang Selatan, penulis memiliki beberapa saran, antara lain:

1. Sebagai sebuah lembaga pendidikan islam atau yang lebih dikenal dengan madrasah, tidak dapat dipungkiri bahwa kedekatan dengan masyarakat terlihat lebih dominan dibandingkan dengan sekolah umum, maka sudah sepatutnya adanya bagian humas tersendiri yang mengatur semua sirkulasi antara madrasah dengan publik sehingga, tujuan bersama dapat dicapai.
2. Di setiap lembaga pendidikan, pasti memiliki tantangan tersendiri untuk terus memperluas jaringan sehingga mendapatkan profit, tempat atau lokasi madrasah yang strategis adalah salah satu pertimbangan dari minat para wali murid untuk menyekolahkan anaknya, maka perlu adanya perencanaan dari segi lokasi atau program andalan yang ditawarkan madrasah sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat.
3. Madrasah dapat memperhatikan anggaran untuk setiap program promosi yang dilakukan agar berjalan dengan maksimal.
4. Untuk para guru dan staff, diharapkan agar menjalin komunikasi dan selalu kompak dalam membantu terlaksananya program promosi.
5. Dengan ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan di dalamnya. Maka penulis berharap, adanya penelitian mendatang yang jauh lebih baik dan maksimal sehingga dapat memberikan dampak positif untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdurrozaq, Rizki Mirzani. *Digital PR Dalam Era Disrupsi 5.0 Kajian Akademis* . Makassar : Nas Media Pustaka . 2023.
- Bernadetha, Juhji. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* . Bandung : Widina Bhakti Persada . 2020
- Butterick, Keith. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta : Rajawali Pers . 2012 .
- Effendy, Onong Uchjana. *Komunikasi Teori dan Praktek* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya . 2009 .
- Firmansyah, Didin Fatihudin dan M Anang. *Pemasaran Jasa* . Yogyakarta : Deepublish . 2019 .
- Iskandar, Dudi. *Metode Penelitian Kualitatif* . Pati : Maghza Pustaka . 2022
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* . Jakarta : Salemba Empat . 2013 .
- M Fikri Akbar, Yuli Evadianti, dan Immawati Asniar. *Public Relations* . Yogyakarta : Ikatan Guru Indonesia . 2021 .
- Morrison. *Manajemen Public Relations* . Jakarta : Kencana . 2008 .
- Mulyono. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan* . Yogyakarta : Ar-Ruzz Media . 2009 .
- Musfar, Tengku Firli. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran* . Bandung : CV Media Sains Indonesia. 2020 .
- Nila, Betty Wayu. *Humas Pemerintah* . Yogyakarta : Graha Ilmu . 2012
- Nova, Firsan. *Crisis Public Relations* . Jakarta : Grasindo . 2009 .
- Nurismilida, Agnita Yolanda dan. *Peranan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Perusahaan* . Jakarta : Cattleya Darmaya Fortuna .

2021 .

Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations: Seni Praktik PR* . Jakarta : PT Gelora Aksara . 2007 .

Penulis, Tim. *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan* . Bandung : Widiana Bakti Persada. 2020 .

— . 2021 . *Pedoman Penelitian Proposal dan Skripsi* . Jakarta : IIQ.

Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama . 2009 .

Rukajat, Ajak. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Deepublish . 2018.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran* . Surabaya : Universitas Brawijaya Pers . 2011 .

Silvani, Irene. *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* . Surabaya : Scopindo Media Pustaka . 2020 .

Sirojudin, Ahmad. "Manajemen Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah ." *Jurnal Program Studi PGMI* 211. 2019 .

Sodik, Sandu Siyoto dan Muhammad Ali. *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta : Literasi Media Publishing . 2015 .

Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta : Publishing Service . 2015 .

Umar, Husain. *Strategic Manajement in Action* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama . 2008 .

Wijaya, Helaludin dan Hengki. *Analisis Data Kualitatif* . Sekolah Tinggi Theologia Jaffray . 2019 .

### **Jurnal**

Daslian. "Analisis Pengelolaan Humas Terhadap Media Pembelajaran Daring ." *Mappesona Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Bone*

. 2022 .

- Fathoni, Puspitasari dan. "Implementasi Sponsorship Event sebagai Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ." *Jurnal Komunikasi Bisnis* 22. 2017 .
- Hariyanto. 2018. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Perspektif Humas ." *jurnal Komunikasi* 123..
- Khasanah, Afidatun. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden ." *Jurnal El-Tarbawi* 165. 2015 .
- Mekarisce, Amild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif." *Ilmu Kesehatan Masyarakat* 151. 2020 .
- Purnomo, Sutrimo. "Pengembangan Sasaran Visi dan Misi Humas di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan ." *Jurnal Kependidikan* 55. 2015 .
- Purwo, Rakhmad Handin Setya. "Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Positif ." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran* 460 . 2020 .
- Rachmawati, Imani Nur. "Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif ." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 35. 2007 .
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif ." *UIN Antasari Banjarmasin* 94. 2018.
- Rini, Kurnia Setyo. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra ." *Manajemen Bisnis dan Inovasi* 460. 2019 .
- Sari, Wina Puspita. "Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan." *Fakultas Ilmu Sosial* 53 . 2019 .
- Sayuti. "Fungsi dan Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ." *Manajemen Bisnis dan Inovasi* 194. 2019.
- Sulyinajayanti. n.d. "Praktik Public Relations Dalam Pandangan Islam ." *Insitut Agama Islam Negeri Parepare* 146 .

Tendean, Christian S. "Peranan Humas Terhadap Media Pembelajaran Daring ." 3. 2013.

Wibioso. "Manajemen Komunikasi Krisis pada Organisasi Nirlaba di Indonesia ." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 95 . 2016 .

Yolanda. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur* 93. 2018 .

### **Skripsi**

Anggraeni, Rosyidah Sari. "Peran Manajemen Humas dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Nurul Qurnain Sukorejo Jember." *Skripsi Sarjana Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember* . 2021

Dhillah, Feby Rahma. "Strategi Public Relations Penerimaan Mahasiswa Baru di Insitut Imu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta ." *Skripsi Sarjana Fakultas Ushuluddin dan Dakwah* . 2021.

Hariyati, Suci. "Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTs Islamiyah Belongkat Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu." *Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sumatera Utara* . 2020 .

Maisun. "Peran Humas dalam Mempromosikan Madrasah di Lembaga Pendidikan Berbasis Pesantren ." *Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim* . 2021.

### **Tesis**

Rohman, Kholilur. 2022. "Manajemen Humas dalam Memasarkan Lembaga Pendidikan di MTs Negeri 01 Lumajang ." *Tesis Pasca Sarjana UIN KH Achmad Siddiq* . 2022.

### **Web**

[https://minurulghosyiyah.sch.id/?page\\_id=2](https://minurulghosyiyah.sch.id/?page_id=2) diakses Pada Tanggal 30 Juli 2023

**Wawancara**

Wawancara dengan Ahmad Nuruddin, S.Pd.I di MI Nurul Ghosiyah  
Tangerang Selatan, 09 Juni 2023

Wawancara dengan, Deni Junaidih, SHI di MI Nurul Ghosiyah Tangerang  
Selatan, 31 Juli 2023.

## STRATEGI HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN MADRASAH (STUDI KASUS MADRASAH IBTIDAIYAH NURUL GHOSIYAH TANGERANG SELATAN)

### ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.iiq.ac.id">repository.iiq.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://minurulghosiyah.sch.id">minurulghosiyah.sch.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://mymuhammadnasri.blogspot.com">mymuhammadnasri.blogspot.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.uki.ac.id">repository.uki.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	1%

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Kiky Adeana Sisca, biasanya dipanggil kiky lahir pada tanggal 17 Maret 2001 di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Penulis merupakan anak kandung dari Bapak Anjas Manjauddin dan Ibu Maemunah. Merupakan putri ketiga dari empat bersaudara yaitu Mayassisca, Bagas Praditya, Kiky Adeana Sisca dan Asyfa Maulida. Penulis bertempat tinggal di Perumahan Griya Pesona Rinjani Blok i/8 Kec.

Ampenan Utara Kora Mataram Nusa Tenggara Barat.

Penulis mengawali pendidikannya di taman kanak-kanak (TK) PGRI Ampenan Utara pada usia 5 tahun. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah dasar (SD) di SDN 13 Ampenan dan lulus pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya ke Madrasah Tsanawiyah (MTS) Negeri 2 Mataram hingga ke tingkat Aliyah yaitu di Madrasah Aliyah (MA) Negeri 2 Mataram.

Setelah lulus, penulis melanjutkan pendidikan nya ke Insitut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, dengan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Angkatan 2019.

Selain duduk di bangku perkuliahan, penulis juga aktif mengikuti Organisasi kampus yaitu Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) dan menjabat sebagai sekretaris selama satu periode, dan mengikuti berbagai kepanitiaan yang ada di kampus. Dan saat ini sedang penulis fokus menjalani pendidikan nya sebagai mahasiswa untuk dapat menyelesaikan nya di tahun 2023.