

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DAKWAH
ISLAM DI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HISAN
PEKON PANGGUNGREJO KECAMATAN SUKOHARJO
KABUPATEN PRINGSEWU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**M. Erico Febriansyah
NPM. 1941010517**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DAKWAH
ISLAM DI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HISAN
PEKON PANGGUNGREJO KECAMATAN SUKOHARJO
KABUPATEN PRINGSEWU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**M. Erico Febriansyah
NPM. 1941010517**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing II: Dr. Yunindar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Hubungan masyarakat (Humas) adalah bagian dari lembaga yang berfungsi membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus menumbuhkan, merawat dan meningkatkan citra positif lembaga di mata publik. Dalam lembaga dakwah islam Humas merupakan pengembangan dan pemeliharaan kerjasama yang efisien untuk menyampaikan saluran informasi dua arah antara pihak pesantren dan masyarakat. Lembaga dakwah islam merupakan agen perubahan dan diharuskan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat. Semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan layanan pendidikan sehingga masyarakat akan memilih dengan selektif lembaga pendidikan yang sesuai dengan keinginannya. Maka dari itu lembaga dakwah islam akan berusaha menciptakan citra yang baik di masyarakat. Masih adanya aspek-aspek yang tidak terpenuhi di lembaga dakwah islam terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan seperti fasilitas penunjang kegiatan santri yang kurang memadai dan kurangnya kebersihan lingkungan yang dapat menimbulkan berbagai macam penyakit, serta masih adanya takziran (hukuman) secara fisik kepada santri yang melanggar aturan daripada takziran (hukuman) yang dapat meningkatkan mental serta keilmuan santri. Ditambah lagi belakangan ini terjadi fenomena yang kurang baik yang secara tidak langsung berdampak pada citra lembaga dakwah terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan mengenai kekerasan yang terjadi di lingkungan Pondok Pesantren. Dengan terjadinya fenomena tersebut lembaga dakwah islam khususnya Pondok Pesantren semakin di pandang sebelah mata oleh masyarakat dan mengakibatkan tertinggal dari lembaga dakwah islam lainnya. Dengan demikian strategi komunikasi yang digunakan Humas lembaga dakwah islam terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan serta meningkatkan kembali citra positif di mata masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau pada responden. Penelitian ini bersifat *deskriptif* ia hanya menyajikan situasi atau peristiwa. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan *kualitatif* ini menitik pada data-data penelitian yang akan dihasilkan berupa kata-kata melalui pengamatan dan wawancara. Adapun teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun yang

menjadi sumber data penelitian ini adalah para petugas Humas, pengelola lembaga dakwah islam yaitu Pemimpin/Kepala Pondok Pesantren dan Dewan Guru/Ustadz serta Santri. Peneliti berusaha untuk menggambarkan secara jelas yang terjadi di lapangan dan kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil yang sesuai tujuan penelitian.

Berdasarkan data dari lapangan didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan menggunakan strategi komunikasi dengan membangun komunikasi internal dan eksternal yang baik, komunikasi internal dengan menjalin hubungan baik antara kepala Pondok Pesantren, Dewan Guru atau Ustadz dan santri, komunikasi eksternal dengan cara mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat, kemudian melakukan upaya promosi seperti, pemasangan baliho, sebar brosur, kunjungan langsung ke majlis-majlis taklim serta sosialisasi kepada siswa/siswi Sekolah Dasar, aktif memberikan informasi di media sosial, dan meningkatkan dalam hal pelayanan kepada masyarakat. Dengan komunikasi eksternal Humas Pondok Pesantren dapat mengatasi masalah-masalah yang ada di dalam Pondok Pesantren dengan berbagai upaya. Mereka berkomunikasi dengan wali santri dan masyarakat, menjelaskan rencana dan kendala yang dihadapi, serta bekerjasama dengan instansi terkait untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan. Strategi komunikasi Humas kunjungan ke Majelis-majlis Taklim merupakan strategi paling efektif dalam meningkatkan minat wali santri atau masyarakat untuk memondokkan anaknya di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan. Melalui pendekatan tatap muka, Humas dapat lebih baik dalam berkomunikasi, memberikan informasi yang lebih lengkap, dan merespons pertanyaan dengan lebih baik, sehingga membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara Pondok Pesantren dan masyarakat. Sehingga akan terciptanya peningkatan pada citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.

Kata kunci: *Strategi Komunkasi, Humas, Citra Pondok Pesantren*

ABSTRACT

Public relations (PR) is part of an institution whose function is to build mutual understanding, avoid misunderstandings and misperceptions, as well as grow, maintain and enhance the positive image of the institution in the public eye. In Islamic da'wah institutions, Public Relations is the development and maintenance of efficient cooperation to convey a two-way information channel between the pesantren and the community. Islamic da'wah institutions are agents of change and are required to be able to provide quality services to the community. The growing community's need for educational services so that people will selectively choose educational institutions that suit their wishes. Therefore, Islamic da'wah institutions will try to create a good image in society. There are still aspects that are not fulfilled in Islamic da'wah institutions, especially at the Mamba'ul Hisan Islamic boarding school, such as inadequate supporting facilities for students' activities and a lack of environmental cleanliness which can cause various kinds of diseases, and there are still physical punishments (punishments) for students. Those who break the rules rather than takziran (punishment) which can improve the mentality and knowledge of the students. In addition, recently there has been an unfavorable phenomenon which has indirectly affected the image of da'wah institutions, especially at the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School regarding violence that occurred in the Islamic boarding school environment. With the occurrence of this phenomenon, Islamic da'wah institutions, especially Islamic boarding schools, are increasingly underestimated by the public and result in being left behind from other Islamic da'wah institutions. Thus the communication strategy used by the Public Relations of Islamic da'wah institutions, especially at the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School, is very much needed in growing and enhancing a positive image in the eyes of the public.

This research is a field research (field research), namely research conducted in the field or on respondents. This research is descriptive in nature, it only presents situations or events. The approach used is a qualitative approach that focuses on research data that will be produced in the form of words through observation and interviews. The data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data sources for this research are public relations officers, managers of Islamic da'wah institutions,

namely the Leader/Head of Islamic Boarding Schools and the Council of Teachers/Ustadz and Santri. Researchers try to clearly describe what happened in the field and then analyze it to get results that are in line with the research objectives.

Based on data from the field, the following research results were obtained, Public Relations of the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School uses a communication strategy by building good internal and external communication, internal communication by establishing good relations between the head of the Islamic Boarding School, the Board of Teachers or Ustadz and students, external communication with how to hold activities that involve the community, then carry out promotional efforts such as placing billboards, distributing brochures, direct visits to taklim assemblies and outreach to elementary school students, actively providing information on social media, and improving services to the community. With external communication, Islamic Boarding School Public Relations can overcome the problems that exist within Islamic Boarding Schools with various efforts. They communicate with the guardians of the students and the community, explain the plans and obstacles they face, and work with relevant agencies to improve the quality of education at the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School. The public relations communication strategy of visits to Taklim Majlis is the most effective strategy in increasing the interest of santri guardians or the community to accommodate their children at the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School. Through a face-to-face approach, Public Relations can communicate better, provide more complete information, and respond better to questions, thereby helping to build trust and strengthen the relationship between Pondok Pesantren and the community. So that there will be an increase in the image of the Mamba'ul Hisan Islamic Boarding School.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Image of Islamic Boarding Schools*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Erico Febriansyah
Npm : 1941010517
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apalagi dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar Lampung, 23 Juni 2023

Penulis.



lvi. Erico Febriansyah
NPM. 1941010517

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu

Nama : M. Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si
NIP. 195707151987031003


Dr. Yunindar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I
NIP. 197010251999032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dr. Khairullah, S.Ag, MA
NIP. 19730305200031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131. Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu” disusun oleh **M. Erico Febriansyah NPM : 1941010517**, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : Kamis, 20 Juli 2023.

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag**

()

Sekretaris : **Fiqih Amalia, M.Psi., Psikolog**

()

Penguji I : **Dr. Khairullah, S. Ag, MA**

()

Penguji II : **Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si**

()

Penguji Pendamping : **Dr. Yunindar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I**

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

()

MOTTO

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

“Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah dia berkata-kata yang baik atau diam”.

(HR-Bukhari)



PERSEMBAHAN

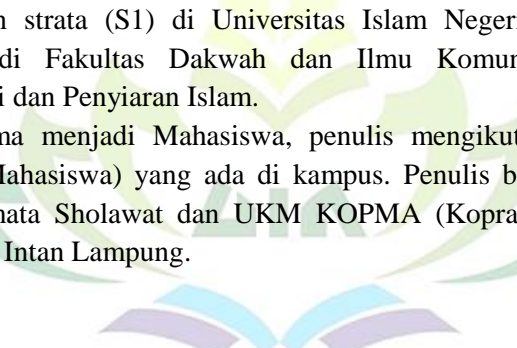
Alhamdulillahirobbil" alamin. Dengan menyebut nama Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya. Kupersembahkan Skripsi Ini Kepada Orang-Orang Yang Tercinta dan tersayang, diantaranya:

1. Teruntuk orang tuaku yang paling berjasa selama hidup saya Bapak Purnomo dan Ibuku Tugiyem terimakasih telah mendidik dan membesarkanku sejak balita hingga dewasa, terimakasih atas semangat, dukungan moril maupun materil, kesabaran, nasihat dan kasih sayang yang kalian berikan, dengan do" a dan segenap jasa-jasanya yang tak terbilang demi keberhasilan cita-citaku. Semoga Allah memberi kalian berdua umur yang panjang, serta kesehatan juga rizki yang tak terputus hingga sampai aku menjadi kebanggaan untuk kalian, terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna untukku.
2. Kakak pertama Tri Rus Wanti beserta suami, Kakak kedua Dwi Novita Sari beserta suami, dan adik Oktavia Putri yang selalu memberi motivasi, semangat dan dukungan kepadaku demi terwujudnya keberhasilanku, semoga Allah SWT memberikan kemudahan dalam setiap langkah kalian.
3. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah mendidik dan mendewasakanku dalam berfikir dan bertindak.

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Pandansari, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu, pada tanggal 21 Februari 2000. Anak ketiga dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Purnomo dan Ibu Tugiyem. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 1 Pandansari Selatan lulus pada Tahun 2012, kemudian melanjutkan sekolah di MTs Ma'arif NU Gandusari lulus pada Tahun 2015, kemudian melanjutkan sekolah ke jenjang MA Negeri 2 Blitar lulus pada tahun 2018. Selama menempuh pendidikan di MTs dan MA, penulis juga menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Desa Gondang Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar. Kemudian penulis melanjutkan strata (S1) di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama menjadi Mahasiswa, penulis mengikuti UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di kampus. Penulis bergabung pada UKM Permata Sholawat dan UKM KOPMA (Koprasi Mahasiswa) UIN Raden Intan Lampung.



Penulis,

M. Erico Febriansyah
NPM. 1941010517

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu” sebagai suatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Komunikasi dan penyiaran islam (KPI).

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Teladan terbaik dalam segala urusan, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut sunnahnya, Amiin.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. KH. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag, M. A selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Miss Ade Nur Istiani, M. I.kom selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu segala urusan kemahasiswaan di Jurusan.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si selaku pembimbingan I dalam penulisan skripsi ini yang juga telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung. Berkat bimbingannya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I selaku pembimbingan II dalam penulisan skripsi ini yang juga telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis selama menjadi mahasiswa di UIN

- Raden Intan Lampung. Berkat bimbingannya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen serta segenap staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan dan segenap bantuan selama penulis menyelesaikan studi.
 6. Kedua orang tuaku Bapak Purnomo dan Ibu Tugiyem yang menjadi motivasi terbesar dalam menyelesaikan skripsi maupun pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
 7. Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan baik Kepala Pondok Pesantren, Humas, Dewan Guru atau Ustadz serta Santri yang telah sabar dan berkenan membantu penulis dalam melakukan penelitian guna menyelesaikan skripsi.
 8. Almamaterku tercinta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
 9. Untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas semuanya. Semoga Allah SWT. yang membalas kebaikan kalian semua.

Demikian, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan sepenuh hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Bandar Lampung, 23 Juni 2023
Penulis,

M. Erico Febriansyah
NPM. 1941010517

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN.....	vii
PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Peneitian	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
G. Metode Penelitian.....	11
H. Metode Pengumpulan Data.....	14
I. Analisis Data	15
J. Sistematika Pembahasan.....	16

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DAN CITRA LEMBAGA DAKWAH ISLAM

A. Strategi Komunikasi	18
1. Definisi Strategi.....	18
2. Definisi Komunikasi.....	19
a. Unsur-unsur Komunikasi.....	20
b. Proses Komunikasi	21
c. Tujuan Komunikasi	22
d. Fungsi Komunikasi.....	23
3. Definisi Strategi Komunikasi	25
a. Komponen Strategi Komunikasi.....	26

b. Tahapan Menyusun Strategi Komunikasi	28
c. Cara Komunikasi Efektif	30
B. Humas dan Pencitraan	32
1. Humas	32
a. Definisi Humas.....	32
b. Tujuan Humas	34
c. Fungsi Humas.....	35
d. Tugas Humas.....	36
e. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas	38
2. Citra.....	40
a. Definisi Citra.....	40
b. Jenis-jenis Citra	41
c. Pembentuk Citra.....	43
C. Konsep Lembaga Dakwah Islam	44
1. Definisi Lembaga Dakwah Islam	44
2. Tujuan Lembaga Dakwah.....	44
3. Fungsi dan Peran Lembaga Dakwah.....	45

**BAB III PROFIL HUMAS PONDOK PESANTREN
MAMBA'UL HISAN PEKON PANGGUNGREJO
KECAMATAN SUKOHARJO KABUPATEN PRINGSEWU**

A. Sejarah Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan	47
B. Pofil Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan	51
C. Struktur Kepengurusan Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan	52
D. Strategi (cara) Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.....	53
E. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.....	59

**BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HISAN PEKON
PANGGUNGREJO KECAMATAN SUKOHARJO
KABUPATEN PRINGSEWU**

A. Analisis Strategi (cara) Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.....	65
--	----

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.....	76
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Wilayah Sumatra	47
3.2 Fasilitas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Struktur Organisasi Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: SK Judul
Lampiran 2	: SK Perubahan Judul
Lampiran 3	: Surat Izin Penelitian
Lampiran 4	: Surat Balasan Penelitian
Lampiran 5	: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran 6	: Pedoman Obsevasi
Lampiran 7	: Pedoman Wawancara
Lampiran 8	: Kartu Konsultasi
Lampiran 9	: Dokumentasi
Lampiran 10	: Turnitin



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul ini, maka akan diperjelas terlebih dahulu kalimat yang dianggap perlu. Dalam hal ini penulis memilih dan menetapkan judul, yaitu: **“Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu”**. Dengan demikian akan diperoleh gambaran yang jelas sesuai dengan yang dimaksud oleh penulis. Adapun penjelasan istilah dalam judul tersebut adalah sebagai berikut :

Strategi adalah rencana tindakan untuk mencapai tujuan jangka pendek, menengah dan panjang. Istilah strategi juga sering digunakan untuk merujuk pada rencana jangka panjang perusahaan untuk menetapkan pedoman atau inisiatif strategis yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu di masa depan. Menurut Anwar Arifin, strategi adalah keputusan bersyarat umum tentang tindakan yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan.

Komunikasi adalah proses penyampaian pernyataan dari seseorang kepada orang lain untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Strategi komunikasi yang dimaksud oleh penulis adalah suatu cara komunikasi yang tujuannya untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku masyarakat, baik secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Perencanaan melibatkan program atau kegiatan jangka pendek dan jangka panjang. kemudian digunakan untuk mencapai tujuan dalam lembaga/organisasi.

Humas memiliki banyak sekali definisi, ada definisi yang sangat singkat seperti Humas adalah upaya melakukan hal-hal baik

sehingga mendapatkan kepercayaan.¹ Menurut Cutlip, Center & Broom menyatakan Humas adalah peran manajemen yang dapat membangun serta mempertahankan ikatan yang baik sekaligus berguna antara organisasi dengan khalayak yang dapat mempengaruhi berhasil atau kegagalannya organisasi itu.² Selanjutnya Jhon E Marston menurutnya "*Public Relation is planned, persuasive communication designed to influence public*", (Public Relation adalah Kegiatan komunikasi persuasif dan terencana yang didesain untuk memengaruhi publik yang signifikan).³

Dalam hal ini fungsi Humas yaitu sebagai profesi yang menghubungkan sebuah individu atau Lembaga/Organisasi dengan publik secara terencana dan persuasif guna menciptakan dan memengaruhi opini publik sehingga citra individu atau institusi terbangun serta kesuksesan dan kegagalan kedepan dapat terukur.

Dari uraian tersebut maka yang penulis maksud dengan strategi komunikasi Humas adalah cara komunikasi yang dirancang oleh Humas untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku khalayak supaya Lembaga/Organisasi dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan, dan mereka semua dapat membentuk opini yang positif di dalam masyarakat sehingga dapat meningkatkan citra Lembaga/Organisasi tersebut.

Citra adalah tujuan utama yang merupakan reputasi dan prestasi yang ingin dicapai oleh PR, sifatnya abstrak dan tidak dapat diukur tetapi wujudnya bisa dirasakan berdasarkan hasil penilaian yang baik atau buruk dari publik.⁴ Menurut Frank Jefkins menyebutkan, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan

¹ Christian S.Tendean, "Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado, *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, Vol 2, No 4 (2013), 1. 3.

² Dikutip dari buku *Effective Public Relation* karangan Scoot M. Cutlip, Alen H. Center & Glen M. Broom, alih bahasa Tri Wibowo, Prenada Media,-ed Rachmat Kriyantono Public relation Writing, Jakarta Kencana, 2008), 5.

³ Jhon E. Marston *Modern Public Relation*, McGraw-Hill, New York, 1979, - ed Rachma Kriyantono, Public relation Writing, Jakarta: Kencana, 2008), 4.

⁴ Nur Kholisoh, Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi, "*Jurnal Ilmu Komunikasi*", Vol. 13, No. 3, September - Desember (2015), 195-209.

pengalamannya.⁵ Selanjutnya menurut H. Faloy, beberapa kegiatan dan sasaran PR adalah membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*) yaitu menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif serta mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.⁶

Dari pernyataan diatas citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan oleh Humas kepada publik atau khalayaknya agar timbul opini publik yang positif tentang Lembaga/Organisasi tersebut. Salah satu tugas/tujuan Humas adalah memunculkan dan meningkatkan citra sebuah Institusi atau Organisasi ke arah yang positif. Jadi strategi yang digunakan oleh Humas akan sangat menentukan citra Institusi Organisasi kedepannya, indikator pencapaian Humas dapat dilihat dari keberhasilan Humas dalam menciptakan kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.

Lembaga Dakwah Islam adalah suatu institusi, lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang keislaman yang didirikan dengan tujuan untuk mengajak dan membimbing umat Islam dalam melaksanakan ibadah dan amal shaleh, serta berperan dalam mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Lembaga dakwah Islam memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan ajaran Islam dan membantu umat Islam untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam secara benar dan baik. Selain itu, lembaga dakwah juga berperan dalam memperkuat tali silaturahmi antara sesama umat Islam dan masyarakat secara umum.

Berdasarkan beberapa istilah di atas dapat disimpulkan, strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam adalah cara komunikasi yang dirancang oleh Humas rancangan itu berupa program atau kegiatan baik jangka pendek maupun panjang, supaya lembaga dakwah islam dipercaya oleh

⁵ Frank Jefkins, *Public Relations*, Terjemahan Daniel Yadin (Jakarta: Erlangga, 2003), 93.

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 23.

pihak-pihak yang berhubungan, dan mereka semua dapat membentuk kesan, pandangan maupun opini yang positif di dalam masyarakat sehingga dapat meningkatkan citra lembaga dakwah islam terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

B. Latar Belakang Masalah

Hubungan masyarakat (Humas) adalah bagian dari lembaga yang berfungsi membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga.⁷ Hubungan masyarakat telah ditentukan dengan cara yang berbeda-beda tergantung pada lembaga yang membuat ketentuan itu. Dalam lembaga dakwah islam Humas merupakan pengembangan dan pemeliharaan kerjasama yang efisien untuk menyampaikan saluran informasi dua arah antara pihak pesantren (pimpinan, ustadz dan santri) dan masyarakat (orang tua, masyarakat sekitar dan lembaga lain di luar pesantren).

Lembaga dakwah islam merupakan agen perubahan dan tempat untuk memberikan ilmu bagi sumber daya manusia, lembaga dakwah islam diharuskan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat. Semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan layanan pendidikan sehingga masyarakat akan memilih dengan selektif lembaga pendidikan yang sesuai dengan keinginannya. Maka dari itu lembaga dakwah islam akan berusaha menciptakan citra yang baik di masyarakat. Lembaga dakwah islam harus dibuat lebih relevan dengan lingkungan peserta didik dan pengembangan kurikulum harus sesuai dengan keadaan daerah dan wilayah. Tujuannya agar lembaga dakwah islam memiliki citra positif di mata masyarakat serta mampu bersaing dengan lembaga dakwah lainnya. Karena itu hubungan antara lembaga dakwah islam dengan masyarakat yang baik harus menjadi perhatian terus menerus dari setiap pimpinan lembaga dakwah islam dan stafnya. Untuk menjaga kaharmonisan

⁷ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi,2016), 12.

hubungan tersebut, keberadaan bagian Humas pada lembaga dakwah islam menjadi penting.

Tantangan dalam lembaga dakwah maupun pendidikan kedepannya adalah persaingan yang ketat sehingga citra pada lembaga dakwah merupakan salah satu faktor dalam upaya pemasaran lembaga dakwah islam yang berdampak positif terhadap peningkatan minat masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga dakwah islam itu sendiri. Masih adanya aspek-aspek yang tidak terpenuhi di lembaga dakwah islam terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan seperti fasilitas penunjang kegiatan santri yang kurang memadai dan kurangnya kebersihan lingkungan yang dapat menimbulkan berbagai macam penyakit, serta masih adanya takziran (hukuman) secara fisik kepada santri yang melanggar aturan daripada takziran (hukuman) yang dapat meningkatkan mental serta keilmuan santri. Ditambah lagi belakangan ini terjadi fenomena yang kurang baik yang secara tidak langsung berdampak pada citra lembaga dakwah islam terutama pada Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan tempat penulis melaksanakan penelitian, menyebar disemua media, baik media cetak maupun media elektronik, mengenai kekerasan yang terjadi dilingkungan Pondok Pesantren. Dengan terjadinya fenomena tersebut lembaga dakwah islam khususnya Pondok Pesantren semakin di pandang sebelah mata oleh masyarakat dan mengakibatkan tertinggal dari lembaga dakwah lainnya. Dengan demikian strategi komunikasi yang digunakan Humas lembaga dakwah islam terutama di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan serta meningkatkan kembali citra positif di mata masyarakat. Lembaga dakwah yang memiliki citra yang baik cenderung akan dipilih oleh masyarakat, karena keberhasilan lembaga tersebut dalam memuaskan masyarakat.

Di tengah persaingan yang ketat antar lembaga dakwah saat ini, masyarakat sebagai pengguna jasa sudah cukup pintar dalam memilih sebuah lembaga dakwah yang nantinya akan menjadi tempat mendapatkan ilmu anaknya, pastinya masyarakat akan menilai input, proses dan output dari lembaga dakwah tersebut.

Maka dari itu, lembaga dakwah islam harus mampu menganalisa yang menjadi kebutuhan masyarakat sebagai pengguna jasa.

Hal tersebut dimaksudkan untuk mengambil perhatian masyarakat terhadap lembaga dakwah islam agar nantinya input yang masuk sesuai dengan target yang diinginkan oleh lembaga dakwah tersebut. Sehingga untuk meningkatkan daya saing pada lembaga dakwah, diperlukan citra positif pada lembaga tersebut yang merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga dakwah islam untuk bisa bersaing dengan kompetitifnya dalam upaya mendapatkan peserta atau santri baru. Dengan menciptakan citra yang positif pada lembaga dakwah islam diharapkan semakin bagus dan kemudian akan mempengaruhi masyarakat dalam memilih lembaga dakwah islam.

Terbentuknya identitas suatu lembaga/organisasi tidaklah mudah perlu melalui proses yang panjang. Perjalanan tersebut mengantarkan lembaga dari identitas lembaga menuju reputasi lembaga. Dari sebuah reputasi yang terbentuk menurut Charles J. Fombrun, ada beberapa sisi reputasi organisasi yang perlu ditangani secara cermat, yaitu:

1. Citra Kredibilitas (*Credibility*)

Citra yang diperlihatkan kepada investor sebagaimana *credibility* ini mempunyai 3 karakteristik yaitu, Mampu menunjukkan profitabilitas, mampu menjaga stabilitas dan adanya prospek perkembangan yang baik.

2. Mampu Menunjukkan Citra Terpercaya (*Trustworthiness*)

Citra di kacamata karyawan, dimana organisasi mempunyai kepercayaan dari karyawan-karyawan percaya pada organisasi), organisasi dapat memberdayakan karyawan-karyawan dengan maksimal dan organisasi mampu menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan kepada karyawan.

3. Menunjukkan Citra Keterandalan (*Reliability*)

Citra tersebut diciptakan untuk konsumen, melalui memberdayakan mutu produk atau jasa, menjamin terlaksananya sebuah pelayanan maksimal yang diterima oleh konsumen.

4. Citra Tanggungjawab Sosial (*Social Responsibility*)

Citra yang berkaitan dengan masyarakat sekitar, seberapa banyak organisasi membatu masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat luas. Dengan terbangunnya hal tersebut maka hubungan antara lembaga dengan masyarakat akan semakin mudah.⁸

Humas pada lembaga dakwah islam memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga. Karena Humas harus melakukan komunikasi antara lembaga dakwah islam dengan masyarakat yang menjadi sasarannya. Dari adanya komunikasi tersebut Humas berupaya menanamkan pengertian kepada masyarakat tentang apa dan bagaimana lembaga dakwah islam tersebut, sehingga masyarakat memiliki pengetahuan tentang lembaga dakwah tersebut. Seorang Humas harus mampu memberikan kontribusinya melalui fungsinya sebagai mediator dalam menyampaikan informasi ke masyarakat dan menciptakan citra yang positif.

Keberadaan hubungan masyarakat bukan hanya untuk membina hubungan dengan pihak luar. Namun juga sangat penting untuk memberikan informasi ke dalam, baik kepada pimpinan maupun sesama guru atau ustadz dan santri, jadi jelas bahwa Humas merupakan usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara lembaga dakwah dengan publiknya sehingga akan muncul opini publik yang menguntungkan bagi kehidupan lembaga dakwah.

Citra lembaga dakwah islam dapat diwujudkan dengan memberikan pemahaman kepada publik melalui informasi yang diberikan agar dapat dipahami, masuk akal dan dapat dipercaya. Citra yang baik bertujuan agar lembaga dakwah islam dapat tetap hidup serta guru atau ustadz, santri dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya. Sebaliknya jika citra lembaga dakwah yang timbul dipublik kurang baik, hal ini dapat menunjukan

⁸ Qoimah, "*Membangaun pelayanan public yang prima: strategi manajemen humas dalam menyampaikan program unggulan lembaga pendidikan*", *Islamic Management* 01, no 02 (2018).

adanya ketidakpuasan, ketidakpercayaan sehingga hal tersebut akan merugikan lembaga.

Dari penjelasan di atas, bahwa citra yang baik dalam sebuah lembaga dakwah islam sangatlah penting, karena citra yang baik akan memberikan manfaat bagi sebuah lembaga/organisasi. Begitupun dengan pondok pesantren harus mampu meningkatkan dan mempertahankan citra positif Pondok Pesantren di mata masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul **“Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu”**.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang sudah diketahui maka penulis memfokuskan pada strategi komunikasi yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu. Sedangkan sub-fokus penelitian ini yaitu apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi (cara) komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu ?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba’ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui strategi (cara) komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.
- b. Mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya pada mata kuliah Public Relation.

b. Manfaat Praktis

1. Dapat memberikan masukan atau sumbangsih pemikiran Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.
2. Dengan tulisan ini diharapkan bisa mengetahui strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu. Serta bisa menjadi penambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang kehumasan.
3. Sebagai sumber acuan dalam penelitian selanjutnya.

F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai acuan dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan strategi komunikasi Humas yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu seperti :

1. Skripsi Sumarni, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, Tahun 2020 dengan Judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar”. Peneliti ini berfokus membahas strategi Humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, serta faktor pendukung dan penghambat strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis dan sifat penelitian yang sama yaitu kualitatif atau penelitian lapangan (*Field Research*). Sedangkan Perbedaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumarni dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada subjek penelitian yaitu Universitas dan Pondok Pesantren, perbedaan yang lain dari segi objek penelitian yaitu strategi yang digunakan Sumarni yaitu strategi Humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru sedangkan strategi yang digunakan oleh peneliti yaitu strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam.
2. Skripsi Muhammad Afyfy Masyhuda, Mahasiswa Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Tahun 2019 Dengan Judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu”. Peneliti ini berfokus membahas tentang Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah di MTs Negeri Kota Batu, faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi Humas, serta dampak yang ditimbulkan dari peningkatan citra madrasah. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga kemudian dari segi sifat penelitian, yaitu sama-sama menggunakan Penelitian Kualitatif atau penelitian lapangan (*Field Research*). Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Afyfy Masyhuda dengan penelitian yang dilakukan

oleh peneliti adalah pada subjek penelitian yaitu Madrasah dan Pondok Pesantren.

3. Skripsi Dio Alif Utama, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Tahun 2018 Dengan Judul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang”. Peneliti ini berfokus membahas tentang bagaimana kinerja Humas Pemerintah Kota Palembang dalam menjalankan tupoksinya, bagaimana strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra Pemerintah Kota Palembang, apa faktor pendukung dan penghambat Humas Pemerintah Kota Palembang dalam menerapkan strategi komunikasinya. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas bagaimana strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra suatu lembaga kemudian dari segi sifat penelitian, yaitu sama-sama menggunakan Penelitian Kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Dio Alif Utama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada subjek penelitian yaitu Pemerintah Kota Palembang dan Pondok Pesantren.

G. Metode Penelitian

Metode adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan penelitian adalah suatu proses penyelidikan secara sistematis yang ditujukan dan penyediaan informasi untuk menyelesaikan masalah-masalah. Jadi metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁹

Sedangkan menurut Dewi Saidah, metode penelitian adalah cara-cara berfikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya (hati-hati, kritis dalam mencari fakta, prinsip-prinsip) untuk mengadakan dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian.¹⁰

⁹ Sugiyono, *Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli*, (Bandung: Alfabeta,2010), cet. 10, 6.

¹⁰ Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), 2.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Pada Penelitian ini, menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.¹¹ Data yang diperlukan pada penelitian ini adalah data yang berkenaan dengan strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian penulis pada karya ilmiah ini adalah kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang serta perilaku yang diamati. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau bentuk secara sistematis, faktual, akurat dalam mengenal fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomenal yang diteliti. Maka berdasarkan penelitian ini penulis berusaha mencari jawaban atas pertanyaan yang berhubungan dengan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

2. Lokasi

Lokasi penelitian ini adalah tempat yang dimana penelitian ini akan dilakukan, untuk memperoleh data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Lokasi penelitian ini adalah di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

¹¹ Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2016), 18.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹² Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dan informasi secara langsung dengan menggunakan elemen-elemen yang telah ditetapkan sebagai informan. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti guna menjawab pertanyaan penelitian. Data primer ini dapat berupa individu dan juga kelompok. Adapun yang menjadi sumber data penelitian ini adalah para petugas Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu. Selain itu para pengelola lembaga dakwah islam yaitu Pemimpin/Kepala Pondok Pesantren dan Dewan Guru/Ustadz serta Santri.

Adapun cara pengambilan informan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara *purposive sampling*, teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang penulis harapkan dan inginkan.¹³

Adapun kriteria informan yaitu:

1. Kepala Pondok Pesantren.
2. Petugas Humas.
3. Dewan Guru atau Ustadz.
4. Santri.

Berdasarkan kriteria di atas, maka penulis mengambil informan pada penelitian ini berjumlah 10 orang terdiri dari Pemimpin/Kepala Pondok Pesantren 1 Orang, Petugas Humas 3 Orang, Dewan Guru/Ustadz 4 Orang, Santri 2 Orang.

¹² Sugiyono, *Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 148.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 218-219.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data kedua dari data yang kita butuhkan. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dalam hal ini data skunder yang dibutuhkan yaitu, artikel, surat kabar, majalah, internet, ataupun referensi lain yang mendukung penelitian ini.

H. Metode Pengumpulan Data

Berikut metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dalam penelitian ini :

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan sehari-hari manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.¹⁴ Fungsi dari observasi itu sendiri, yakni digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap gejala-gejala, atau peristiwa serta masalah-masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi non partisipan yaitu tidak ikut ambil peran dalam kegiatan yang diamati dan hanya sebagai pengamat independen. Melalui teknik observasi ini peneliti mengamati proses meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu yang diterapkan oleh Humas dalam mengelola informasi yang diberikan, serta bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan.

¹⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2007), 118.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber guna memperoleh informasi. Dalam pelaksanaan wawancara ini, penulis menggunakan metode wawancara bebas terpimpin, yaitu wawancara dilakukan secara bebas, tetapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.¹⁵ Wawancara yang digunakan peneliti ini memiliki manfaat yakni guna mencari jawaban atau menginterview informan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

c. Dokumentasi

Cara lain untuk memperoleh data dari responden adalah menggunakan teknik dokumentasi. Pada teknik ini, peneliti dimungkinkan memperoleh informasi dari bermacam macam sumber tertulis atau dokumentasi yang ada pada responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya.¹⁶ Melalui teknik ini peneliti berusaha untuk memperoleh data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau tulisan simbolik yang memiliki relevansi dengan penelitian sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

I. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Data yang terkumpul dapat

¹⁵ Suharsini Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Bandung: Tarsito, 1995), 100-102.

¹⁶ Ibid, 124.

berupa catatan lapangan, foto, komentar peneliti, dokumentasi, laporan, biografi, artikel dan sebagainya.¹⁷

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat. Penulis menjelaskan data dengan kalimat sehingga mendapatkan pemahaman tentang strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

Analisis deskriptif kualitatif umumnya terbagi menjadi dua, yaitu analisis induktif dan analisis deduktif. Penelitian ini bersifat analisis induktif, yaitu analisis yang menggunakan cara berfikir induktif, yaitu cara berfikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus menuju hal-hal yang umum.¹⁸

J. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I : Berisi pendahuluan meliputi : penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN TEORI

Bab II tinjauan teori meliputi : strategi dan komunikasi, humas dan pencitraan, strategi komunikasi, konsep lembaga dakwah islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab III : Sejarah pondok pesantren, profil Humas pondok pesantren, struktur kepengurusan Humas pondok pesantren, strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam, faktor pendukung dan penghambat Humas.

¹⁷ Afifudin, Beni Achmad, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 145.

¹⁸ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi....*, 196.

BAB IV HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Bab IV : Berisi hasil penelitian berupa analisis strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu, faktor pendukung dan penghambat Humas dalam meningkatkan citra Lembaga dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

BAB V PENUTUP

Bab V : Berisi kesimpulan dan saran, penulis akan menyimpulkan hasil dari skripsi yaitu strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra lembaga dakwah islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.



BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DAN CITRA LEMBAGA DAKWAH ISLAM

A. Strategi Komunikasi

1. Definisi Strategi

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan.¹ Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan efektif.²

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini berarti bahwa dalam suatu strategi terdapat beberapa hal berikut ini:

- a. Suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.
- b. Analisis terhadap lingkungan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam hal pencapaian tujuannya.
- c. Keputusan pilihan guna pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

¹ Alo Liliweri, *Komunikasi serba ada serba makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), 239.

² Abuddin Nata, *sejarah sosial Intelaktual Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers.2012), 124.

- d. Rancangan guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran.³

Strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang hendak diwujudkan, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang hendak dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana caranya, serta kepada siapa hal-hal tersebut dikomunikasikan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

2. Definisi Komunikasi

Secara etimologi, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, yang berarti sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila diantara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.⁴ Pengertian bersama dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Secara terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.⁵

Definisi komunikasi menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

1. Wilbur Schramm mendefinisikan komunikasi sebagai tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima, dengan bantuan pesan pengirim dan penerima memiliki beberapa pengalaman bersama yang memberi arti

³ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, (Bandung: PR Remaja Rosdakarya, 2014), 101.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 9.

⁵ Onong Unchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya. 1993), 3.

pada pesan dan simbol yang dikirim oleh pengirim, dan diterima serta ditafsirkan oleh penerima.⁶

2. Hovland, Janis, dan Kelly merumuskan komunikasi adalah proses dimana seseorang individu mentransmisikan stimulus untuk mempengaruhi tindakan orang lain.⁷
3. Edward Depari mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan.⁸

Dari pengertian komunikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan dari satu individu kepada individu lain dan bisa menghasilkan umpan balik atau respon. Komunikasi itu suatu transaksi, proses simbolik yang mendaki orang-orang mengatur lingkungannya, membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap orang lain.

a. Unsur-unsur Komunikasi

1. Sumber/Komunikator

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya: partai, organisasi atau lembaga.

2. Pesan/Informasi

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.

⁶ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial dan Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 2.

⁷ Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 5.

⁸ H.A. W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), 13-14.

Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi.

3. Media Komunikasi

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, yang di golongankan sebagai media komunikasi antarpribadi.

4. Penerima Pesan/Komunikan

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara.

5. Tanggapan balik/Efek

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima.

6. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.⁹

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah Bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lainya sebagai yang secara langsung mampu

⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), 22-28.

menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator pada komunikan. Proses komunikasi ini berlangsung secara tatap muka sehingga umpan balik atau *feedback* yang diberikan komunikan dapat diterima secara langsung oleh komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.¹⁰ Media yang sering digunakan dalam komunikasi ini diantaranya surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film. Proses komunikasi ini tidak terjadi secara langsung atau tatap muka seperti komunikasi primer sehingga umpan balik atau *feedback* dalam komunikasi bermedia seperti ini menjadi tertunda.

c. Tujuan Komunikasi

Dalam komunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
Setiap pesan baik itu berbentuk berita dan informasi yang disampaikan secara luas baik secara antar personal dapat merubah sikap sesamanya secara bertahap.
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk ke dalam perilaku seseorang.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 11-16.

4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.¹¹

Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat merubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan dapat merubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

d. Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial sebagai berikut:

1. Informasi

Kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

2. Sosialisasi

Menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.

3. Motivasi

Mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), 55.

4. Bahan diskusi
Menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan
Membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah.
6. Memajukan Kebudayaan
Media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataukah bahan cetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antarnegara.
7. Hiburan
Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
8. Integrasi
Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.¹²
Selain itu, berdasarkan kutipan diambil dari Nofrion, bahwa dalam teori Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson yang mengutarakan pendapat bahwa fungsi komunikasi ada dua, yaitu:
 - a. Untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain, dan mencapai ambisi pribadi.

¹² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Cet. 13, 70-71.

b. Untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.¹³

Jadi, fungsi komunikasi sebenarnya adalah untuk membujuk dan mempengaruhi orang lain. Tetapi efek persuasi bersumber pada perubahan sikap, pendapat, persepsi, serta efek itu sendiri. Namun mudah tidaknya seseorang terpengaruh bergantung pula pada apa yang ada dalam individu itu sendiri.

3. Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang digunakan untuk memperoleh atau mendapatkan sesuatu, dengan menggunakan strategi harapan menyapai tujuan yang dituju dapat dengan mudah atau dengan cepat untuk dicapai. Strategi membutuhkan sebuah analisis yang sangat tajam, karena dalam strategi seseorang tersebut akan melihat dampak yang akan terjadi apabila yang dilakukan nanti berhasil ataupun gagal. Dalam sebuah komunikasi sangat dibutuhkan strategi berkomunikasi yang baik, karena tujuan komunikasi itu sendiri yakni menyamakan persepsi atau menyamakan makna pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan strategi tersebut antara komunikator dan komunikan akan upaya menggunakan strategi komunikasi mereka masing-masing mengikuti pola berkomunikasi diantara keduanya, agar pesan yang diterima dapat dengan mudah di pahami masing-masing dari mereka.

Menurut Rogers, memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut middleton, strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran

¹³ Nofrion, *Komunikasi Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2016), Cet. 1, 23.

(media), penerima sampai dengan pengaruh (effect) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹⁴

Berdasarkan penjelasan di atas pengertian strategi komunikasi yang penulis dapat simpulkan adalah suatu kiat yang disusun dalam melaksanakan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal.

a. Komponen Strategi Komunikasi

Cutlip menegaskan bahwa agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini langkah-langkah tersebut.

1. Membingkai pesan

Prinsip pertama dari pembingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audien.

2. Semantic

Semantic adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.

3. Symbol

Komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan symbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan banyak orang dijalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

¹⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), 61.

4. Rintangan dan stereotip

Hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lippmann, setiap orang tinggal didalam lindungan (kepompong) lingkungannya sendiri sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata, serta rintangan ekonomi dan politik. Ada rintangan ras; rintangan dan distorsi yang menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multicultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga memiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik.

Dalam komunikasi, tak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terbatas terhadap fakta. Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan ketimbang menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada stereotip. Kesan spesifik dan signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.

5. Memasukan semuanya ke dalam kampanye

Hyman dan Sheatesley menyebutkan alasan utama mengapa banyak kampanye organisasi batal. Alasan itu antara lain:

a. Ada orang yang tidak tau apa-apa tapi keras kepala.

Orang-orang ini sulit diajak bicara, bahkan dengan informasi yang kuat sekalipun.

b. Yang banyak mendapatkan informasi adalah orang-orang yang berminat pada informasi tersebut.

- c. Orang mencari informasi yang sesuai dengan sikap mereka dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan sikap mereka.
- d. Informasi tidak selalu merubah sikap.
Perubahan pandangan atau perilaku setelah mendapat informasi pesan mungkin dipengaruhi predisposisi individual.
- e. Menyebarkan pesan usaha agar ide atau inovasi diterima bukan hanya memberikan informasi kepada audien melalui media massa atau publikasi internal. Komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat, bukan disebarkan kesegala arah.
- f. Mempertimbangkan kembali proses.
Tiga elemen yang ada untuk semua upaya komunikasi adalah sumber pengirim, pesan dan tujuan atau penerima. Kegagalan komunikasi dapat melibatkan satu atau lebih dari tiga elemen ini. Komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi disemua pihak diketiga elemen itu. Komunikator harus punya kredibilitas dimata penerima. Komunikator harus menggunakan saluran yang menyampaikan pesan kepada penerima. Pesan harus sesuai kapasitas pemahaman penerima dan relevan dengan kepentingan atau kebutuhan penerima. Pesan harus memotivasi kepentingan penerima dan menimbulkan respon.

b. Tahapan Menyusun Strategi Komunikasi

Untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan, dalam proses strategi komunikasi terdapat beberapa tahapan dalam prosesnya, diantaranya yaitu:

1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, konseptor harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan. “perumusan strategi berusaha menemukan

masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.

2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahapan pelaksanaan strategi yang akan dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi. Dalam pelaksanaan strategi yang tidak merupakan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan terjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.¹⁵

3. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari menyusun strategi adalah “evaluasi implementasi strategi, evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai, dan dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk menentukan sasaran yang akan dinyatakan telah tercapai”.

Ada tiga macam langkah dasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang ada akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan,

¹⁵ Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prehalindo, 2002), 3.

begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai.

- b. Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat diilangkan dengan menyidiki penyimpanan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus mudah diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.
- c. Mengembalikan tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti yang ada ditinggalkan atau merumuskan strategi baru. Tindakan korekratif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan hasil yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

c. Cara Komunikasi Efektif

Untuk membuat strategi komunikasi efektif, tentunya harus memperhatikan cara berkomunikasi dengan baik dan melakukan beberapa hal yang dapat menciptakan komunikasi dengan baik. Beberapa cara yang perlu dilakukan untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara lain:

1. Mengenali karakteristik komunikan, Untuk mencapai sebuah komunikasi yang baik, maka cara awal adalah mengenali karakteristik komunikan ataupun lawan bicara kita. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pandangan tentang karakter lawan bicara, agar kita mengetahui hal apa yang disukai olehnya dan yang tidak disukai olehnya.
2. Menentukan tujuan Strategi, adalah menentukan tujuan ataupun target dari sebuah komunikasi yang akan dilakukan. Ketika tujuan ini sudah ditentukan, maka

komunikasi yang dilakukan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuan ataupun target tersebut.

3. Menerapkan prinsip dasar komunikasi, dimaksudkan berbicara baik, sopan, beretika, tata krama serta prinsip dasar komunikasi yang lainnya. Tujuannya agar komunikasi mampu menggali informasi yang lebih dalam dari komunikan.
4. Terbuka dan professional tidak menutup-nutupi informasi. Sikap terbuka menimbulkan kepercayaan satu sama lain.
5. Terstruktur dan bersemangat, pesan disampaikan secara runtut dan teratur tidak simpang siur, terstruktur secara baik dan benar, agar penerima pesan dapat memahaminya dengan baik dan benar.
6. Mengubah suasana komunikasi, dimaksudkan dilakukan dengan menggeser tempat komunikasi yang formal ke tempat komunikasi yang lebih rileks.
7. Pengawasan dan evaluasi dimaksudkan untuk mengendalikan dan menjaga agar komunikasi berjalan sesuai dengan rencana.¹⁶

Berdasarkan strategi dalam membangun komunikasi efektif tersebut dapat disimpulkan bahwa peranan komunikator sangat penting dan strategis, sebab ditangannya terletak efektif-tidaknya pesan-pesan yang disampaikan. Sebagaimana yang dipahami bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dibuat dalam perencanaan dan strategi dalam tugas dan fungsi komunikator. Seorang komunikator akan mampu untuk melakukan perubahan sikap dan tingkah laku komunikan, yakni melalui mekanisme daya tarik komunikator terhadap komunikan. Hal ini dapat dicapai, jika dirinya mampu menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dan insentif. Dengan kata lain

¹⁶ Marlin Panggabean Marpaung, *Modul Komunikasi Efektif Pelatihan Kepemimpinan Administrator* (Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia, 2019), 27.

komunikasikan dan komunikator merasakan adanya kesamaan dalam ide, prinsip dan pandangan sehingga menimbulkan simpati komunikasikan pada komunikator.

B. Humas dan Pencitraan

1. Humas

a. Definisi Humas

Definisi humas secara umum adalah salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi melakukan interaksi, hubungan, dan kerja sama dengan masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut”.¹⁷ Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat yang bertanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra, dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi.

Dalam perkembangannya, humas memiliki berbagai macam definisi dan interpretasi. Menurut Majelis Humas Dunia, “Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani, baik kepentingan organisasi dan khalayaknya”.¹⁸

Cutlip Center Broom mendefinisikan humas “Sebagai usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan”.¹⁹ Sedangkan menurut Frank Jefkins, Humas adalah Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara sesuatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka

¹⁷ <https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-humas.html>. Diakses tanggal 28 Januari Pukul 21.24 WIB

¹⁸ Morissan, *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), 8.

¹⁹ Morissan. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*, 7.

mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.²⁰

Menurut Dominick, Humas mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik.

Pada satu sisi, praktisi humas berupaya untuk memengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi.

Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Khalayak yang berkepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan perusahaan. Praktisi humas harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi. Humas harus menjadi saluran bolak balik antara organisasi dan khalayaknya.

3. Humas merupakan fungsi manajemen

Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus secara rutin memberikan saran kepada manajemen. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²¹

²⁰ Ibid, 8.

²¹ Ibid.

b. Tujuan Humas

Tujuan utama Public Relation sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan buying decision atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.²²

Menurut Rachmat Kriyantono dalam bukunya Public Relations tujuan dari seorang public relation antara lain:

1. Menciptakan pemahaman antara perusahaan dan publiknya.

Tujuan kegiatan public relation pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasa untuk mencengah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kurang informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi.

2. Membangun citra Perusahaan

Citra merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan dan lainnya. Tujuan public relation adalah membangun citra dengan mengubah sikap public. Citra perusahaan bukan hanya dilakukan seorang public relation sendirian, tetapi seluruh unsur perusahaan (karyawan, manajer, dan lainnya) ikut adil dalam pembentukan citra. Citra perusahaan adalah citra keseluruhan yang dibangun dari semua komponen perusahaan seperti kualitas produk, perilaku karyawan, tanggung jawab sosial terhadap

²² Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi,2016), 15.

lingkungan atau pengalaman konsumen yang menyenangkan dan menyedihkan tentang pelayanan perusahaan. Citra positif merupakan langkah penting menggapai reputasi perusahaan di mata khalayak.

3. Membentuk opini Publik

Opini public ini merupakan ekspresi public mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. Public relations dituntut memelihara komunikasi persuasif yang ditujukan untuk:

- a. Menjaga opini yang mendukung
- b. Menciptakan opini yang masih tersembunyi
- c. Menetralkan opini yang negative

4. Membentuk kerjasama

Kerja sama dapat terwujud karena ada inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh public relations perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya. Tujuan menciptakan kerja sama berarti membantu perusahaan dan public untuk saling beradaptasi satu sama lain. Public relations adalah upaya-upaya perusahaan untuk menciptakan kerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat.²³

c. Fungsi Humas

Fungsi utama hubungan masyarakat adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat yang menguntungkan lembaga organisasi.

Di dalam buku Onong Uchjana Effendy berjudul “Hubungan Masyarakat” mengemukakan bahwa “Direktorat Pembinaan Humas merumuskan fungsi humas, sebagaimana tercantum dalam Pedoman dan Manual Penerangan, sebagai berikut:

- a. Melaksanakan hubungan ke dalam, yaitu pemberian pengertian tentang segala hal mengenai Departemen

²³ Rachmat Kriyantono, *Public Relations*, (Jakarta:Kencana,2012), 5.

Penerangan terhadap internal public, yaitu para karyawan.

- b. Melakukan hubungan ke luar, yaitu pemberian informasi tentang segala hal mengenai Departemen Penerangan terhadap external public, yaitu masyarakat pada umumnya.
- c. Melakukan penelaahan serta pembinaan pendapat umum melalui hubungan-hubungan khusus dengan unsur lembaga masyarakat.
- d. Melakukan pembinaan serta bimbingan untuk mengembangkan kehumasan sebagai media penerangan.
- e. Menyelenggarakan koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi serta kerja sama kegiatan hubungan masyarakat untuk penyempurnaan pelayanan penerangan terhadap umum.²⁴

d. Tugas Humas

Aktifitas public relations adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways traffic communication*) antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan. Kegiatan public relations sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.²⁵ Selain itu setidaknya ada 5 tugas pokok yang biasa dilakukan sehari-hari. Berikut lima pokok tugas yang dimiliki public relation:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 12-13.

²⁵ Firsan Nova, *Crisis Public Relation* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 49.

harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Disamping itu, menjalankan dan bertanggungjawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentkan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tidak ada yang dirugikan.

3. Memperbaiki Citra Organisasi.

Bagi PR, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi; (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Tidak mungkin citra itu hanya menunjukkan adanya satu gambar yang jelas saja. Andaikan kita mau menganalisis citra, akan muncul berbagai komponen seperti berikut ini:

- a. Bagaimana saya ini menurut saya sendiri?
- b. Apa yang saya pikirkan dari relasi saya, bagaimana saya ini?
- c. Apa yang dipikirkan relasi saya mengenai saya?
- d. Apa yang saya pikirkan, apa yang saya pikirkan mengenai dia?

Disini menunjukkan adanya citra secara langsung atau citra yang telah dipengaruhi, citra yang mendapat berbagai pengaruh. Kalau seseorang sudah bisa mendapat berbagai macam atau bentuk gambaran atau citra, apalagi citra organisasi. Citra organisasi bisa merupakan citra dari pimpinan, ada citra yang menjadi keinginan, harapan, dan sebagainya. Citra yang bisa mendapat

kepercayaan adalah citra dari kenyataan identitas organisasi.

4. Tanggung jawab sosial.

PR merupakan instrumen untuk bertanggungjawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggungjawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi. Itulah mentalitas dan budaya mereka atau organisasi, apabila mau mendapat kepercayaan publik dan masyarakat pada umumnya. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggungjawab, “pintu terbuka”.

5. Komunikasi.

PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi. Bagi perguruan tinggi yang mempunyai program studi PR, pengetahuan PR itu perlu dimasukkan dalam kurikulum, mengingat PR merupakan multidisiplin ilmu. Intinya pada PR professional daia yang membuat konsep mampu menentukan strategi dalam menghadapi kesulitan, mengatasinya sampai tuntas, sebagai penasihat, yang mampu mengetahui tren yang muncul. Mampu mendampingi proses pelaksanaan fungsi PR.²⁶

e. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas

Faktor pendukung dan penghambat keberhasilan Humas dapat bervariasi tergantung pada organisasi atau lingkungan kerjanya. Berikut adalah beberapa faktor pendukung dan penghambat yang umum terjadi dalam praktik Humas:

²⁶ Sr. Maria Assumpta Rumanti OSF, *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik* (Jakarta: Grasindo, 2002), 39-42.

1. Faktor Pendukung Humas

- a. Kemampuan mengidentifikasi dan mengelola isu-isu publik yang berkaitan dengan organisasi.
Kemampuan ini memungkinkan Humas untuk mengenali dan memahami isu-isu yang penting bagi organisasi dan kemudian mengelola isu tersebut secara efektif untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.
- b. Kemampuan mengembangkan pesan-pesan komunikasi yang efektif dan kreatif.
Humas yang mampu mengembangkan pesan-pesan yang menarik dan kreatif dapat membantu meningkatkan keefektifan komunikasi dan memperkuat citra organisasi di mata publik.
- c. Kemampuan memahami perilaku audiens dan pasar.
Humas yang memahami perilaku audiens dan pasar dapat membuat keputusan yang tepat mengenai jenis pesan dan media yang paling efektif dalam mencapai tujuan komunikasi.
- d. Kemampuan mengelola krisis dengan baik.
Humas yang mampu mengelola krisis dengan baik dapat membantu organisasi mengatasi situasi sulit dan meminimalkan dampak negatif pada citra organisasi.

2. Faktor Penghambat Humas

- a. Kurangnya dana dan sumber daya.
Keterbatasan dana dan sumber daya dapat menghambat kemampuan Humas dalam merancang dan mengimplementasikan program-program komunikasi yang efektif.
- b. Perubahan sosial dan teknologi yang cepat.
Perubahan sosial dan teknologi yang cepat dapat membuat strategi komunikasi masa lalu menjadi tidak relevan atau kurang efektif dalam konteks yang berbeda.

c. Masalah reputasi yang buruk.

Masalah reputasi yang buruk atau citra yang negatif dapat menghambat kemampuan Humas untuk membangun citra organisasi yang positif di mata publik.²⁷

Dalam menghadapi faktor-faktor penghambat tersebut, Humas dapat mencoba untuk mencari solusi dan mengembangkan strategi komunikasi yang tepat untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi.

2. Citra

a. Definisi Citra

Secara etimologi, citra berasal dari bahasa sanskerta, yang berarti gambar. Kemudian dikembangkan menjadi “gambaran” sebagai padanan perkataan image dalam Bahasa Inggris. Citra meliputi segala sesuatu yang telah dipelajari seseorang, yang relevan dengan situasi dan tindakan yang bisa terjadi didalamnya.²⁸ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia image atau citra diartikan sebagai rupa, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.²⁹

Citra adalah sebuah pandangan mengenai suatu perusahaan, instansi atau lembaga, yang bersifat penilaian obyektif masyarakat atas tindakan dan perilaku dan etika lembaga tersebut yang berhubungan dengan eksistensinya dalam masyarakat. Citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap institusi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi.³⁰

Frank Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai

²⁷ Burhan Bungin, *Komunikasi massa: suatu pengantar*, (Jakarta: Kencana, 2014), 172-187.

²⁸ Anwar Arifin, *Opini Publik* (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), 146.

²⁹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra>. Diakses Tanggal 2 Februari Pukul 10.10 WIB.

³⁰ Sholeh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT Rosda karya, 2005), 112.

hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.³¹ Menurut Kotler, pengertian citra adalah “persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan”.³²

Adapun menurut Onong Uchjana Effendy, citra (image) didefinisikan sebagai berikut :

1. Gambaran antara fisik yang menyerupai kenyataan seperti manusia, binatang atau benda sebagai hasil lukisan, perekaman oleh kamera foto, film, atau televisi.
2. Penampilan secara optis dari suatu objek seperti yang dipantulkan oleh sebuah cermin.
3. Perwakilan atau representasi secara mental dari sesuatu baik manusia benda atau lembaga yang mengandung kesan tertentu.³³

Dari beberapa definisi citra di atas, dapat diketahui bahwa citra adalah gambaran atau pandangan seseorang terhadap sebuah lembaga atau perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan kesan baik dari publik internal maupun publik eksternal.

b. Jenis-jenis Citra

Ada lima jenis citra yaitu: citra bayangan, citra yang berlaku, citra harapan, citra perusahaan, dan citra majemuk.³⁴

1. Citra Bayangan

Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

³¹ Firsan Nova, *Crisis Public Relation* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 298.

³² Ibid.

³³ Ibid.

³⁴ Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 59.

2. Citra yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3. Citra Harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan yang sebenarnya. Biasanya citra harapan lebih baik dan lebih menyenangkan

dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang selalu baik juga bisa merepotkan. Namun secara umum yang disebut dengan citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.

4. Citra Perusahaan

Citra Perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang. Keberhasilan-keberhasilan dalam bidang keuangan yang diraihnya, sukses ekspor, hubungan industry yang baik, reputasi dalam pecipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan sebagainya.

5. Citra Majemuk

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak pegawai. Masing-masing individu memiliki perilaku sendiri, sehingga secara sengaja atau tidak. Mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya.³⁵

³⁵ Ibid, 61.

c. Faktor Pembentuk Citra

Citra seseorang atau instansi tidak terjadi dengan begitu saja, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan citra tersebut. Menurut citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

1. Identitas Fisik

Faktor pembentukan citra pertama adalah identitas fisik, yaitu identitas pondok pesantren yang bisa dilihat secara fisik melalui gambar, audio dan lainnya. Pengenal visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung, pengenal audio adalah jingle atau lagu yang mencerminkan visi, misi atau identitas perusahaan, sedangkan pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa *company profile* dan lain-lain.

2. Identitas Non Fisik

Identitas nonfisik berhubungan dengan pondok pesantren yang tidak bisa dilihat melalui indra penglihatan atau dengan kata lain tidak ada bukti fisik yang nyata. Contohnya adalah sejarah, filosofi, budaya dalam organisasi dan lainnya.

3. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Citra sebuah pondok pesantren juga terbentuk oleh hasil dan mutu produk. Sebuah produk yang dirancang, baik barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemennya. Semakin baik hasil sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, bukan tidak mungkin citra pondok pesantren semakin baik dimata publik. Untuk menunjang dan menjaga mutu yang telah dihasilkan perlu adanya pelayanan yang memuaskan terhadap publik dalam konteks ini adalah pelayanan prima berupa jasa kepada santri dan wali santri.

4. Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah pondok pesantren sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan stakeholder harus selalu continue. Aktivitas dan pola

hubungan dengan stakeholder internal maupun eksternal mencerminkan citra pondok pesantren. Memberikan respon jujur, kepercayaan dan memperlihatkan tanggungjawab adalah sebuah keharusan.³⁶

C. Konsep Lembaga Dakwah Islam

Lembaga Dakwah adalah sebuah institusi yang bergerak di bidang keislaman. Lembaga dakwah merupakan sarana fungsionalisasi ajaran islam. Berdasarkan surat keputusan kementerian agama no.6 tahun 1979 tentang susunan organisasi departemen agama, lembaga dakwah dimaksudkan semua organisasi islam baik bersifat lokal, berlevel daerah atau nasional. Secara terperinci dalam keputusan menteri agama tersebut dijelaskan lembaga dakwah meliputi 4 kelompok yaitu: Badan-badan Dakwah, majelis-majelis ta'lim, pengajian-pengajian, dan organisasi kemakmuran masjid dan mushallah.³⁷

1. Definisi Lembaga Dakwah Islam

lembaga dakwah Islam adalah suatu lembaga yang didirikan dengan tujuan untuk mengajak dan membimbing umat Islam dalam melaksanakan ibadah dan amal shaleh, serta berperan dalam mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Lembaga dakwah Islam memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan ajaran Islam dan membantu umat Islam untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam secara benar dan baik. Selain itu, lembaga dakwah juga berperan dalam memperkuat tali silaturahmi antara sesama umat Islam dan masyarakat secara umum.

2. Tujuan Lembaga Dakwah

- a. Menyebarkan ajaran Islam dan membimbing umat Islam dalam kegiatan keagamaan dan sosial. Lembaga dakwah berperan penting dalam memperkenalkan nilai-nilai Islam

³⁶ Syariffudin S. Gssing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 159-160.

³⁷ <http://andi-mikoyanto.blogspot.co.id/2010/06/potensi-dan-permasalahan-lembaga-dakwah.html>. Diakses Tanggal 2 April Pukul 20.30 WIB.

kepada masyarakat dan membantu umat Islam memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara benar.

- b. Mempererat tali silaturahmi antar umat Islam dan membantu mengatasi masalah sosial yang terjadi di masyarakat, seperti kemiskinan, bencana alam, dan konflik sosial. Hal ini sejalan dengan tujuan Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin, yaitu agama yang membawa kebaikan bagi seluruh alam semesta.

Dengan tujuan ini, lembaga dakwah diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan masyarakat dan kemajuan bangsa, serta menciptakan kedamaian dan keadilan sosial.

3. Fungsi dan Peran Lembaga Dakwah

- a. Agen Perubahan Sosial

Lembaga dakwah memiliki peran sebagai agen perubahan sosial dalam masyarakat. Lembaga dakwah dapat membantu memperbaiki kondisi sosial dan moral masyarakat, serta berperan aktif dalam memerangi segala bentuk kemungkaran dan penyimpangan dari ajaran Islam.

- b. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan

Lembaga dakwah juga berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan pelatihan keagamaan yang dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan umat Islam dalam beragama. Lembaga dakwah dapat menyelenggarakan berbagai program pelatihan dan kursus untuk meningkatkan kemampuan umat Islam dalam mengamalkan ajaran Islam.

- c. Lembaga Sosial

Lembaga dakwah juga dapat berperan sebagai lembaga sosial yang membantu mengatasi masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Lembaga dakwah dapat melakukan berbagai kegiatan sosial seperti pemberian bantuan kepada masyarakat kurang mampu, membantu korban bencana, dan sebagainya.

- d. Lembaga Advokasi

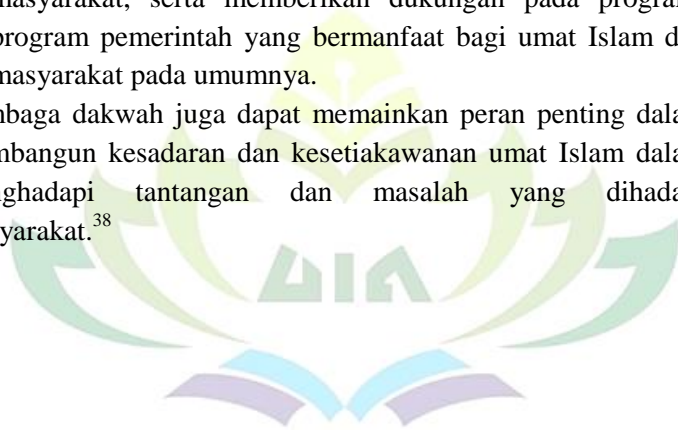
Lembaga dakwah dapat memperjuangkan hak-hak umat Islam melalui berbagai cara, seperti melalui dialog dengan

pihak-pihak terkait atau melalui penggunaan media massa. Lembaga dakwah dapat menjadi suara umat Islam yang membela kepentingan mereka dalam berbagai bidang, baik politik, ekonomi, sosial, maupun budaya.

e. Pembinaan Hubungan Baik dengan Pemerintah

Lembaga dakwah juga dapat berperan dalam membina hubungan baik antara umat Islam dan pemerintah. Lembaga dakwah dapat mengajukan berbagai usulan dan masukan kepada pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan dukungan pada program-program pemerintah yang bermanfaat bagi umat Islam dan masyarakat pada umumnya.

Lembaga dakwah juga dapat memainkan peran penting dalam membangun kesadaran dan kesetiakawanan umat Islam dalam menghadapi tantangan dan masalah yang dihadapi masyarakat.³⁸



³⁸ Syukron Ali. *Pendekatan strategis dalam pengembangan lembaga dakwah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), 13-27.

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Afifudin, Beni Achmad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2009.
- Ali, Syukron, *Pendekatan strategis dalam pengembangan lembaga dakwah Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2019.
- Anggoro, M. Linggar, *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Arifin, Anwar, *Opini Publik*. Jakarta: Gramata Publishing. 2010.
- Aw, Suranto, *Komunikasi Sosial dan Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana. 2007.
- , *Komunikasi massa: suatu pengantar*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012.
- , *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. 2007.
- , *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2013.
- David, Fred, *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prehalindo. 2002.
- E. Marston, Jhon, *Modern Public Relation*. New York:MC Graw-Hill. 1979.
- Edi Santoso, Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti. 2003.
- , *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006.
- , *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1995.
- , *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006.
- , *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti. 2003.

- Jefkins, Frank, *Public Relations, Terjemahan Daniel Yadin*. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Kriyantono, Rahmat, *Public Relations*. Jakarta: Kencana. 2012.
- , *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Liliweri, Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana. 2011.
- Marpaung, Marlin P, *Modul Komunikasi Efektif Pelatihan Kepemimpinan Administrator*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia. 2019.
- Morissan, *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2008.
- Nata, Abuddin, *Sejarah Sosial Intelaktual Islam*. Jakarta : Rajawali Pers. 2012.
- Nofrion, *Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: Kencana. 2016.
- Nova, Firsan, *Crisis Public Relation*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011.
- Pujileksono, Sugeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing. 2016.
- Rahmat, Abdul, *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi. 2016.
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo. 2002.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.
- Saidah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2015.
- Scott M. Cultip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Soleh Soeminat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Realations*. Bandung: PT Rosda karya. 2005.
- Sugiyono, *Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- , *Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- , *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Suharsini Arikunto, *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsito. 1995.
Syariffudin S. dkk, *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset. 2016.
Widjaja, H.A.W, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT.
Rineka Cipta. 2000.

JURNAL

Kholisoh, Nur, Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi. "*Jurnal Ilmu Komunikasi*". 2015.
Qoimah, "*Membangaun pelayanan public yang prima: strategi manajemen humas dalam menyampaikan program unggulan lembaga pendidikan*". Islamic Management. 2018.
Tendean, Christian S, "Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*. 2013.

INTERNET

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra>.
<https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-humas.html>.

SKRIPSI

Dio Alif Utama, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang", Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang .2018.
Muhammad Afyfy Masyhuda, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu", Skripsi Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. 2019.
Sumarni, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar", Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. 2020.

Lampiran 1 SK Judul


**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**
NOMOR : 01/TAHUN 2023

**TENTANG
PENETAPAN JUDUL DAN PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023 (Tahap II)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

Menimbang	<ul style="list-style-type: none">1. Bahwa dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Semester Genap TA 2022/2023 (Tahap II) perlu ditetapkan judul dan menunjuk pembimbing skripsi;2. Bahwa nama yang tercantum dalam lampiran surat keputusan ini dipandang mampu melaksanakan tugas dimaksud.
Mengingat	<ul style="list-style-type: none">1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;2. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;3. Peraturan Pemerintah RI No. 4 tahun 2014 tentang penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan pengelolaan Perguruan Tinggi;4. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung No 593.a Tahun 2019 tentang Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung;5. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung No 417 Tahun 2021 tentang Kalender Akademik Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
Memperhatikan	<ul style="list-style-type: none">1. Hasil keputusan Tim Sidang Judul Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tanggal 12 Januari 2023
MEMUTUSKAN :	
Menetapkan	<ul style="list-style-type: none">1. KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG TENTANG PENETAPAN JUDUL DAN PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG SEMESTER GENAP TA. 2022/2023 (Tahap II).
Kesatu	<ul style="list-style-type: none">1. Menetapkan judul dan Pembimbing Skripsi mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagaimana tersebut dalam lampiran surat keputusan ini.
Kedua	<ul style="list-style-type: none">1. Mahasiswa yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini harus segera menyusun proposal penelitian untuk diseminakan selambat-lambatnya 3 (tiga) bulan sejak ditetapkan surat keputusan ini. Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka Dekan dapat membatalkan judul dan pembimbing yang telah ditetapkan.
Ketiga	<ul style="list-style-type: none">1. Dosen Pembimbing harus menyediakan waktu kepada mahasiswa untuk berkonsultasi minimal satu kali dalam seminggu, mengarahkan, membimbing dan menelusuri jejaknya kepada mahasiswa bimbingannya. Apabila pembimbing tidak dapat melaksanakan tugasnya maka mahasiswa dapat mengajukan penggantian pembimbing.
Keempat	<ul style="list-style-type: none">1. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan diberikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandar Lampung
Pada Tanggal : 19 Januari 2023

Dekan


Dr. Abdul Syukur, M.A., Ph.D.
NIP. 196511011996031001

Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTA LAMPUNG**

NOMOR : 04 Tahun 2023

TENTANG : Penetapan Judul Dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Semester Genap TA. 2022/2023 (Tahap I)

NO	NAMA/NPM	JUDUL	DOSEN PEMBIMBING
1	Indriani Agustin / 1941010124	Retorika Dakwah Da'1 pada Program Siaran Dakwah Serambi Iman di TVRI Lampung	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Umi Rojiati, M.Kom.I
2	Muhammad Juniardi / 1941010155	Peran Komunikasi Asertif Dalam Membangun Kerukunan Masyarakat Dan Merajut Ukhuwah Insaniyah Pada Warga Dusun 4 Desa Gunung Agung Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur.	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
3	Fahrul Shiddiq / 1941010101	Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam Mencegah Perceraian di Kecamatan Lubuk Raja (Sudi Kasus di Kantor Urusan Agama Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu)	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Siti Wuryan, M.Sos.I
4	Khilda Nur Kholisyah / 1941010133	Peran Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah di Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si, Siti Wuryan, M.Sos.I
5	M. Farez Angga Retno / 1841010344	Pesan dakwah dalam Program Acara Jejak Islam di TVRI Stasiun Lampung	Bambang Hadiwiranto, Ph.D Septy Anggraini, M.Pd.
6	Rico Valentino / 1941010482	Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Pencegahan Bahaya Penggunaan Narkoba di Kalangan Remaja Oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) Propinsi Sumatera Selatan	Dr. Fitri Yanti, MA Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
7	Ameyra Verbinta / 1841010453	Pola Komunikasi Dakwah Kader Poskeskel Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Kebersihan Lingkungan Di Kelurahan Pasir Gintung	Dr. Muhammad Saifudin, M. Pd. M. Apun Syarifuddin, M.Si
8	Dwi Kurniawati / 1941010304	Penerapan Kode Etik Jurnalistik Islami Dalam Proses Pembuatan Berita Di Radar TV Lampung	Dr. Fariza Maknun, S.Ag., M.Sos.I Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
9	Ayu Latifahul Hamdanah / 1941010280	Toxic Parenting Pada Anak Dalam Perspektif Komunikasi Islam di Desa Ringin Sari Kec. Suoh Lampung Barat	Dr. Abdul Syukur, M.Ag Septy Anggraini, M.Pd.
10	Jalisa Septiani / 1941010129	Pesan Dakwah Dalam Tradisi Pesta Sekura Di Pekon Kenali, Kecamatan Belalau, Kabupaten Lampung Barat	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si, Nadya Amalia Nasution, M.Si.
11	Oris Yasa Fhirdi / 1941010403	Konsep Dakwah Rahmatan lil Alamin Perspektif M. Quraish Shihab	Dr. Fariza Maknun, S.Ag., M.Sos.I Dr. Khairulrah, M.A.
12	Lisa Andriyani / 194101037	Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak dalam Menangani Kenakalan Remaja di Tiyub Penunangan, Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang	Prof. Dr. H. Nasor, M.Si Umi Rojiati, M.Kom.I
13	Iis Liana Tari / 1941010121	Komunikasi Dakwah dalam Menangani Anak Korban Kekerasan dalam Rumah Tangga Yayasan Bussaina di Bandar Lampung.	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Septy Anggraini, M.Pd.
14	Muhammad Ridho Kristiano / 1741010057	Komunikasi Bisnis PT. Zahwa Waidza Ikrom Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umroh	Subhan Arif S.Ag., M.Ag Dr. Mubasit, MM
15	Ivan Kurnia Thama / 1941010345	Analisis Isi Pesan Moderasi Beragama pada Novel Ayat-Ayat Cinta 2 Karya Habiburrahman El Shirazy	Dr. Jasmadi, M.Ag Siti Wuryan, M.Sos.I

Dipindai dengan CamScanner



Dipindai dengan CamScanner

16	Dian Lestari / 1941010513	Makna Pesan Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @ukhbiquotes.id (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Subhan Arif, S.Ag., M.Ag. Dr.Yunidar CMY, S.Sos., M.Sos.I
17	Pika Sari /1941010546	Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Suku Jawa Dan Suku Konering Dalam Menerapkan Ukhrawah Islamiyah Di Desa Karang Marga, Kecamatan Semendawai Suku III, Kabupaten Oku Timur	Dr. Abdul Syukur, M.Ag. Dr. H. Zamharri, S. Ag. M.Sos.I
18	Fajar Aprilian /1741010143	Komunikasi Dakwah Dalam Pembentukan Karakter Santri di TKA/TPA Babul Jannah Jagabaya II Kota Bandar Lampung	Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si M.Apun Syarifuddin, M.Si.
19	Anggita Nisyon Putri /1941010032	Pola Komunikasi Pimpinan Komisariat Ilatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PK IPPNU) dalam Menumbuhkan Nilai-Nilai Haibul Wathan di MA Raadlatul Huda Al-Islamy Desa Sidomulyo Kecamatan Negeriakan Kabupaten Pesawaran	Prof.Dr.H.Khomsahri Romli, M.Si Siti Wuryan, M.Sos.I
20	Tinta Rohana / 1941010453	Strategi Dakwah Muslimat NU dalam Meningkatkan Pemahaman Agama di Kecamatan Natar Lampung Selatan	Dr. Fitri Yanti, MA. Septy Anggraini, M.Pd.
21	Nama: Muhammad Fahrurrozi / 1841010402	Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Partisipasi Jama'ah Majlis Ta'lim Masjid Hidayatullah Pringsewu	Dr. Khairullah, S.Ag, MA Nadya Amalia Nasution, M.Si.
22	Juwita Nindi Rosiana / 1941010131	Komunikasi Dakwah Pengurus Daerah Mula'madiyah Kota Bandar Lampung dalam Menanggulangi Radikalisme di Bandar Lampung	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Umi Rojati, M.Kom.I
23	Leni kurniawati /1941010486	Tradisi Arak-arakan pada Proses Pernikahan Suku Semendo Sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kecamatan Banjir Kabupaten Waykanan	Dr. Fitri Yanti, MA. Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
24	Desti Eka Wulandari / 1941010063	Strategi Komunikasi Pariwisata Terhadap Perilaku Keagamaan Masyarakat Di Desa Tanjung Setia, Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat.	Prof. Dr. H. Khomsalrinal Romli, M.Si Umi Rojati, M.Kom.I
25	Nama: Isni Chintya Putri NPM: 1941010519	Strategi Komunikasi Dakwah dalam Menanamkan Erika sopan santun Generasi Muda di Kelurahan Way Kandi Kecamatan Tanjung Seneng Bandar Lampung	Dr. Abdul Syukur, M.Ag. Dr.Yunidar Cut Mada Yanti, S.Sos., M.Sos.I.
26	Rahmat Setiawan / 1941010409	Implementasi Komunikasi Organisasi Pengurus Masjid Jam' Kotabumi dalam Menakmurkan Masjid di Kabupaten Lampung Utara	Dr. Khairullah, M.A. Siti Wuryan, M.Sos.I.
27	Devi Rahmasari / 1941010069	Analisis Pesan Dakwah dalam Serial Animasi Hafiz dan Hafizah (Episode Kebersihan Sebagian Dari Iman)	Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si. Nadya Amalia Nasution, M.Si.
28	Farra Tania Puspita /1941010107	Pesan Dakwah dalam Pengajian Rutin Mingguan di Masjid al-Iman Kelurahan Kelapa Tiga Kecamatan Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung	Prof. Dr.H.M. Nasor, M.Si. Subhan Arif, S. Ag., M.Ag.
29	Desi Purnama / 1941010062	Podcast sebagai Media Dakwah (Studi pada Podcast Hussein Ja'far)	Prof. Dr. H. Khomsalrinal Romli, M. Si Subhan Arif, S. Ag., M. Ag.
30	Ghea Ninda Buchika Veevrisa / 1941010328	Dakwah Muhammadiyah dalam Meningkatkan Kerukunan Umat Heragama di Kecamatan Mataram Baru Lampung Timur	Dr. Farva Maknun, S.Ag.M.Sos.I Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
31	Mutiara Anggraeni / 1941010163	Metode Dakwah Penyuluh Agama Dalam Menanggulangi Pernikahan Dini di Desa Kampung Baru Kecamatan Blambangan Pagar Kabupaten Lampung Utara.	Dr. Faizal, M.Ag. Dr.Yunidar Cut Mada Yanti, S.sos., M.Sos.I.

Dipindai dengan CamScanner



Dipindai dengan CamScanner

32	Febriyani Hesti Wening /1941010320	Komunikasi Antar Budaya Etnis Jawa dan Bali dalam Memelihara Kerukunan Hidup Bermasyarakat di Desa Merapi Kecamatan Sepuluh Mataran Kabupaten Lampung Tengah	Dr.Fariza Maknun, S.Ag, M.Sos. I Septy Anggraini, M.Pd.
33	Dean Pusputi Sari /1941010559	Analisis Pesan Dakwah dalam Pengajian Rutin di Majelis Taklim Roudhotul Ummahat Masjid al-Ikhlash Tanjung Balam Kecamatan Bukit Kemuning Lampung Utara	Bambang Budiwiranto, Ph.D. Siti Wuryan, M.Sos.I
34	Salman al-Ranawi /1941010436	Analisis Pesan Dakwah dalam program acara "Mari Tanya Ustadz" Pada Radio Lamgraha Bersiar Lampung	Dr.Khairullah, S.Ag, MA Umi Rojiati, M.Kom.I
35	Ayu Oktaviani /1941010279	Komunikasi Dakwah Orang Tua Dalam Membangun Minat Anak di Kampung Rantau Jaya Kecamatan Banji Kabupaten Way Kanan	Dr. Abdul Syukur, M.Ag, Nadya Amalia Nasution, M.Si.
36	Arya Pratama /1941010515	Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif Kearifan Lokal Di Desa Sumber Agung Kecamatan Suoh Kabupaten Lampung Barat	Dr. Fitriyanti, M.A. Dr Yulia Cut Mutia Yanti S.Sos.M.Sos.I
37	Anes Ainur Rieqiyah /1941010268	Metode Dakwah dalam Pembinaan Akhlak Anak Yatim Piatu di Panti Asuhan Syarif Hidayatullah Desa Labuhan Ratu Kecamatan Pasir Sakti Kabupaten Lampung Timur	Dr. Abdul Syukur, M.Ag, Siti Wuryan, M.Sos.I
38	Bima Adi Satria /1941010051	Strategi Komunikasi Bisnis Islam melalui Media Sosial pada Akun Instagram Artemis Fashion	Prof. Dr. H. Khomsariati Romli, M.Si Nadya Amalia Nasution, M.Si.
39	Nama : Sarah selfiani Npm : 1841010328	Metode Dakwah Da'at dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Majelis Taklim Ar-Ridho di Kelurahan Sepang Jaya Kota Bandar Lampung	Bambang Budiwiranto Ph. D M.Apun Syarifuddin, M.Si.
40	Evi Yulianti Npm : 1941010312 /	Strategi Komunikasi Tokoh Agama Dalam Membina Toleransi Umat Beragama Di Kecamatan Merbau Mataran Kabupaten Lampung Selatan	Dr. Fariza Maknun, M.Sos.I Umi Rojiati, M.Kom.I
41	Jeanika Elma Putri /1941010127	Representasi Pesan Urgensi Rezeki yang Halal dalam Drama Korea Little Women	Prof. Dr. H. Nasser, M.Si. M.Apun Syarifuddin, M.Si.
42	Fitri Juniani /1941010324	Akulturasi Budaya Korea Terhadap Akhlak Embase Army BTS	Dr. Fariza Maknun, S.Ag, M.Sos.I Nadya Amalia Nasution, M.Si
43	Eka Safiri /1941010086	Analisis Pesan Dakwah dalam Program Acara Cahaya Islami di Radar TV Lampung	Dr. Abdul Syukur, M.Ag, Septy Anggraini, M.Pd.
44	Ong Dini Salmem /1941010174	Strategi Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Memakmurkan Masjid (Studi Pada Masjid Darussalam Pekon Penerima Kabupaten Pesisir Barat)	Dr. Fitri Yanti, M.A. Nadya Amalia Nasution, M.Si.
45	Gesang Alsis Prayogo /1941010327	Peran Majelis Ta'lim Al-Hidayah Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Pada Masyarakat Desa Budidaya Kec. Sidomulyo Kab. Lampung Selatan	Dr. Fariza Maknun, S.Ag, M.Sos.I Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
46	Hamidah / 1941010332	Representasi Dakwah Perempuan Pada Pimpinan Daerah Aisyiah Lampung Selatan	Dr. Fariza Maknun, S.Ag, M.Sos.I Umi Rojiati, M.Kom.I
47	Sahin /1941010435	Komunikasi Interpersonal Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Dalam Kegiatan Family Development Session (FDS) Di Desa Sukamarga	Dr. Khairullah, S.Ag, M.A Nadya Amalia Nasution, M.Si.
48	Silvia Dwi Amanda /1941010212	Komunikasi Persuasif Dalam Pembinaan Mental Spiritual Warga Binaan Lembaga Permisarakata Kelas IA Bandar Lampung	Dr.Fitri Yanti, M.A. Nadya Amalia Nasution, M.Si.
49	Cahyani Lintang Kosasih /1941010053	Strategi Dakwah Majelis Sholawat Bam Ikhshan Dalam Meningkatkan Keimanan kepada Rasulullah Di Kecamatan Bekri Kabupaten Lampung Tengah	Prof. Dr. H. Khomsariati Romli, M.Si Umi Rojiati, M.Kom.I

Dipindai dengan CamScanner



Dipindai dengan CamScanner

50	Antika Hakiki / 1941010038	Strategi Komunikasi Penyiaran Hit Radio 99,6 FM Dalam Menyampaikan Pesan Edukasi Kesehatan Masyarakat	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si Septy Anggraini, M.Pd.
51	Qosa Mursit / 1941010583	Penerapan Komunikasi Persuasif Dalam Mengikuti SUSCATIN di Kantor Urusan Agama (KUA) kecamatan Sukabumi Bandar Lampung.	M. Apin Syarifuddin, S. Ag., M.Si Nadya Amalia Nasution, M.Si.
52	Anggrato Sajwo / 1941010269	Pesan Dakwah Tentang Toleransi Agama dalam Chanel YouTube "MJ's Chanel"	Dr. Abdul Syukur, M.Ag. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag.
53	Obbie Qulyubbi Gumay / 1941010531	Peran Penyuluh Agama Dalam Kursus Calon Pengantia (SUSCATIN) dalam Menhangan Keluarga Bahagia di KUA Kecamatan Way Khlau	Subhan Arif, S.Ag., M.Ag. Dr. Yumidar Cut Mutia, S. Sos., M.Sos.I.
54	Tiya oktafiyani / 1941010596	Analisis Content Dakwah dalam Akun Instagram IPNU Kabupaten Tanggamus	Dr. H. Rosidi M.A Siti Wuryan, M.Sos.I
55	Bisma Putra Negara / 1941010282	Problematika Dakwah Islam Di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran	Dr. Abdul Syukur, M. Ag M. Apun Syarifuddin, M.Si.
56	Muyufi Az-zahra Yasha/1941010149	Teknologi Dakwah pada MILIT Provinsi Lampung Pada Era Disrupsi Teknologi	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si M. Apun Syarifuddin, M.Si.
57	Tasia Candra / 1941010450	Efek Tren Budaya K-Pop Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung	Dr. Fitri Yanti, MA Ade Nur Istiani, M.I.Kom.
58	Ayip Al Adzan / 1941010489	Peran Penyuluh Agama dalam Mensosialisasikan Produk Bersertifikat Halal di Kementerian Agama Kota Bandar Lampung	Dr. Fitri Yanti, MA Umi Rojati, M.Kom.I
59	Muchlis Hadi / 1841010005	Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah pada Komunitas Keluarga Besar Masyarakat Asal Aceh di Way Halin, Bandar Lampung	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si Subhan Arif, S. Ag., M. Ag.
60	Aufa Nur Falahi / 1941010045	Metode Dakwah Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keislaman Pada Anak-Anak TPA Baitul Yatama Kepri Raya Sukarane Bandar Lampung	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si Dr. Fariza Maknun, S. Ag., M.Sos.I
61	Auliya Anggraini / 1941010046	Komunikasi Persuasif Orang Tua Dan Anak Dalam Meningkatkan Kepercayaan di Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si Nadya Amalia Nasution, M.Si.
62	Desty Seven Agustine Pane / 1941010066	Strategi Dakwah Majelis Ta'lim Riyadul Jannah Dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah Di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuung Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si Dr. Fariza Maknun, S. Ag., M.Sos.I
63	Deka Mayoga / 1741 0101 32	Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Islam Dalam Membina Toleransi Umat Beragama di KUA Kecamatan Kelantan Bandar Lampung	DR. H. Rosidi, MA, Umi Rojati, M.Kom.I
64	Wahyudi / 1941010040	Efektivitas Bahasa Daerah Dalam Penyampaian Pesan Dakwah di Desa Way Liwek Kecamatan Wonosobo Kabupaten Tanggamus	Dr. Fitri Yanti, M. A Septy Anggraini, M.Pd.
65	Heru Settawan / 19410100520	Komunikasi Lintas Budaya Dalam Membentuk Pribadi Yang Toleran Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung	Subhan Arif, S. Ag., M. Ag. Dr. Yumidar Cut Mutia Yanti, S.Sos.I
66	Hengki Sanjaya / 1941010543	Relevansi Dakwah Ustadz dalam Pengajian Rutin Mingguan di Masjid al-Huda Waydadi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung	Subhan Arif, S. Ag., M. Ag. Dr. H. Zamhariri, S. Ag., M.Sos.I
67	Aldi Muhammad Reza / 1941010507	Komunikasi Interpersonal Antara Perawat dengan Pasien dalam Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Ragab Bagawe Caram	Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si Dr. Yumidar CMY, S. Sos., M.Sos.I.
68	M. Erico Febriansyah / 1941010517	Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi pada Pondok Pesantren Mambua'ul Hisan Pekon Punggurejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu)	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Dr. Yumidar Cut Mutia, S. Sos., M.Sos.I.

Dipindai dengan CamScanner



Dipindai dengan CamScanner

69	Adhe Kartika Wardhani / 1941010005	Strategi Komunikasi Guru Bimbingan Konseling Dalam Membina Karakter Disiplin Siswa Kelas VIII di UPTD SMP Negeri 9 Metro	Prof. Dr. H. Khomsabrial Romli, M. Si Umi Rojati, M.Kom.I
70	Isti Cantika Prilian / 1941010125	Strategi Komunikasi Ustadz dalam Meningkatkan Minat Baca Al-Qur'an Pada Anak Usia Dini di TPQ Ibadurrahman Labuhan Ratu Bandar Lampung	Prof. Dr.H.M. Nasor, M.Si M.Apun Syarifuddin, M.Si.
71	Adji Laksono / 1741010101	Komunikasi Antar Budaya Masyarakat Muslim Dalam Mewujudkan Ukhuwah Islamiyah Didesa Darimulyo Kec. Wonomoso Tanggamus	Prof. Dr. H. MA. Aclami, HS, MA Septy Anggraini, M.Pd.
72	Qatrunnada Ulayya / 1941010178	Komunikasi Islam dalam Menerapkan Pola Hidup Sehat Pada Anak Remaja di Asa Womans Sport Center Kota Cilegon	Dr. Fitri Yanti, MA, Siti Wuryan, M.Sos.I
73	Dewi Anggraini / 1941010488	Pesan Dakwah dalam Tradisi Betubuh di Desa Kota Jawa Kecamatan Way Kuliak Kabupaten Pesawaran	Dr. Fitri Yanti, MA M.Apun Syarifuddin, M.Si.
74	Defi Wabyuni / 1941010059	Strategi Dakwah ROHIS dalam Menanggulangi Kenakalan Siswa Melalui Media WhatsApp di MAN 1 Pesisir Barat	Prof. Dr. H. Khomsabrial Romli, M. Si Subhan Arif, S. Ag., M. Ag.
75	Akhiri Syaban / 1841010466	Gaya Komunikasi Kepemimpinan Walikota Eva Dwiana Perspektif Komunikasi Islam	Dr. H. Rosidi, MA, Umi Rojati, M.Kom.I
76	Heni Rahmawati / 1941010120	Metode Komunikasi Organisasi Pimpinan LPP RRI Kota Bandar Lampung Dalam Pembinaan Akhlakul Karimah Pegawai	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Siti Wuryan, M.Sos.I
77	Anita Puri Rahayu / 1841010423	Komunikasi Dakwah dalam Penguasaan Gender (Analisis Materi Dakwah pada Pengajian Pengurus Daerah Ansyah Kota Bandar Lampung)	Dr. Fariza Maknun, S. Ag., M.Sos.I Drs. Mansyar Hidayat, M.Sos.I
78	Fitri Amalia / 1941010323	Analisis Pesan Dakwah dalam Pengajian Rutin di Masjid al-Huda Sukatane Kota Bandar Lampung	Dr. Fariza Maknun, S. Ag. M.Sos.I M.Apun Syarifuddin, M.Si.
79	Ferdi Setiawan / 1941010321	Strategi Dakwah Majelis Sholewat Dalam Meningkatkan Keaktifan Masyarakat Di Kelurahan Tulis Ayu Kecamatan Belalang Madang Ray	Dr. Fariza Maknun, S. Ag. M.Sos.I Dr. Khairullah, S. Ag., M.A.
80	Khoiril Miftakhudin / 1941010134	Efektivitas Dakwah Akun Instagram Islampost Melalui Poster Terhadap Anggota ROHIS SMAN 1 Sidomulyo Lampung, Selatan Lampung	Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si Nadya Amalia Nasution, M.Si.
81	Stafella / 1941010233	Literasi Beragama Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Melalui Aplikasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan	Dr. Fitri Yanti, M.A. M.Apun Syarifuddin, M.Si.
82	Irnando Fahriza / 1941010544	Pesan Dakwah Ustadz Ari Wibowo dalam Kajian Tematik di Masjid ad-Da'a Waybalim Bandar Lampung	Dr. Khairullah, S. Ag., M.A. Dr. H. Zamharir, M. Sos. I

Dikur,



Dr. Abdul Syukur, M. Ag.,
NIP. 196511011985031001

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 2
SK Perubahan Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131. ☎ (0721) 704030
e-mail : fdkuinril@gmail.com

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nomor : B -1576 /Un.16/DD.I/PP.00.9/03/2023

Yang bertandatangan di bawah ini, Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : M. Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah benar telah melakukan Pra Survei ke lokasi penelitian, konsultasi dan telah melakukan **Seminar Proposal** pada tanggal **21 Maret 2023** dan akibat hal tersebut terjadi perubahan Judul Skripsi, yaitu:

Judul Skripsi Sebelum Perubahan	Judul Skripsi Setelah Perubahan
Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Pada Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Sukoharjo Kabupaten Pringsewu)	Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 5 Maret 2023
A.N. Dekan
Wakil Dekan I,



[Signature]
Dr. Mubasit, S.Ag., M.M
NIP. 197311141998031002

Lampiran 3
Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131. Telp (0721) 704030
e-mail : fdkuinril@gmail.com

Nomor : B-1402/Un.16/KD/TL.01/04/2023 Bandar Lampung, 04 April 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Mohon Izin Survey/Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan
di -
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Nomor 04 Tahun 2023 tentang Penetapan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi dengan:

Nama : M Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Semester : VIII (Delapan)
Judul : Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra
Lembaga Dakwah Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon
Panggungrejo, Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu
Lokasi Penelitian : Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo, Kecamatan
Sukoharjo Kabupaten Pringsewu

Mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan izin dan bantuan kepada mahasiswa/i tersebut untuk melakukan survey/penelitian guna memperoleh data penulisan skripsi sebagaimana judul diatas.

Demikian surat permohonan ini, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

An. Dekan,
Kabag TU



Supriyadi, S.Sos
NIP. 196611161990031001

Lampiran 4 Surat Balasan



LEMBAGA PENDIDIKAN PONDOK PESANTREN
MAMBA'UL HISAN
PEKON PANGGUNG REJO, KEC. SUKOHARJO, KAB. PRINGSEWU
Akte Notaris : NO 234, Tgl 28/08/2014, NO C.117 HT.0301 – 1999

Alamat :Jln. Capten CPM Suratno RT/RW 04/02, Panggung Rejo, Kec. Sukoharjo, Kab. Pringsewu, Kodepos 35674

SURAT BALASAN

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Raden Intan Lampung
di tempat

Assalamualaikum wr. wb

Berdasarkan surat nomor: B-1402/Un.16/KD/TL.01/04/2023 pada tanggal 04 April 2023 perihal permohonan izin melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : M. Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu".

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan dengan semestinya.

Wassalamualaikum wr. wb

Panggungrejo, 13 Mei 2023
Kepala Pondok Pesantren



Lampiran 5

SK Telah Melakukan Penelitian



LEMBAGA PENDIDIKAN PONDOK PESANTREN
MAMBA'UL HISAN
PEKON PANGGUNG REJO, KEC. SUKOHARJO, KAB. PRINGSEWU
Akta Notaris : NO 234, Tgl 28/08/2014, NO C.117 HT.0301 – 1999

Alamat :Jln. Capten CPM Surarno RT/RW 04/02, Panggung Rejo, Kec. Sukoharjo, Kab. Pringsewu, Kodepos 35674

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Kepala Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu Menerangkan bahwa:

Nama : M. Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Benar yang namanya tersebut telah melakukan penelitian di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu, dengan judul skripsi "Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah Islam Di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu".

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan dengan semestinya.

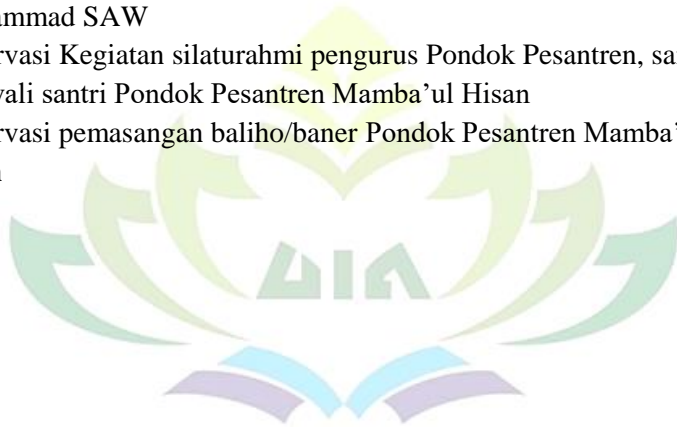
Panggungrejo, 13 Mei 2023



Lampiran 6
Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

1. Observasi di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan
2. Observasi kegiatan Sosialisasi Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan di Sekolah Dasar
3. Observasi kegiatan peringatan Haul Masayikh dan Maulid Nabi Muhammad SAW
4. Observasi Kegiatan silaturahmi pengurus Pondok Pesantren, santri dan wali santri Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan
5. Observasi pemasangan baliho/baner Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



PEDOMAN WAWANCARA

A. Pemimpin / Kepala Pesantren

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan sebagai Kepala Pondok Pesantren dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat bapak sebagai Kepala Pondok Pesantren dalam rangka meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
3. Bagaimana cara bapak memelihara relasi dan membina hubungan dengan internal (ustadz, santri dll) dan eksternal (masyarakat, lembaga di luar ponpes) Pondok Pesantren?

B. Humas

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Humas dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Humas dalam rangka meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
3. Apa saja kegiatan/acara rutin yang dilaksanakan Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
4. Informasi seperti apa yang disebarluaskan oleh Humas kepada masyarakat luas?
5. Apakah Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan menggunakan media untuk menyebarkan informasi yang ada?
6. Media apa yang digunakan Humas Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan dalam menyebarkan informasi?
7. Bagaimana cara Humas memelihara relasi dan membina hubungan dengan internal dan eksternal Pondok Pesantren?
8. Apa strategi komunikasi yang paling efektif atau unggul dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren?

9. Bagaimana Humas menyelesaikan masalah-masalah yang ada di Pondok Pesantren?

C. Dewan Guru atau Ustadz

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Dewan Guru atau Ustadz dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan? atau (Bagaimana metode pembelajarannya untuk meningkatkan keilmuan dan prestasi santri sehingga berdampak pada citra pondok pesantren)
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Dewan Guru atau Ustadz dalam rangka meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
3. Pelajaran apa saja yang diajarkan kepada santri untuk menambah keilmuan serta mentalitas santri?

D. Santri

1. Bagaimana strategi komunikasi yang adek gunakan sebagai santri dalam meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat adek sebagai santri dalam rangka meningkatkan citra Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan
3. Apa saja yang dipelajari di Ponpes?

Lampiran 8
Kartu Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMAN REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131. Telp. (0721) 704030

KARTU KONSULTASI

Nama : M. Erico Febriansyah
NPM : 1941010517
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nador, M.Si
Pembimbing II : Dr. Yunindar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dakwah
Islam di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan Pekon Panggungrejo
Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu

No	Tanggal Konsultasi	Hal Konsultasi	Paraf Pembimbing	
			I	II
1	Senin, 20 Februari 2023	Bimbingan Bab 1-2		
2	Senin, 27 Februari 2023	ACC Bab 1-2		
3	Selasa, 21 Maret 2023	Seminar Proposal		
4	Senin, 3 April 2023	Konsultasi Setelah Sempro		
5	Selasa, 9 Mei 2023	Bimbingan Bab 1-5		
6	Selasa, 16 Mei 2023	ACC Bab 1-5		

Mengetahui
Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dr. Khairullah, S.Ag.MA
NIP. 197303052000031002

Lampiran 9
Dokumentasi



Foto dengan Ust. Habib Ashari, S.Pd selaku Kepala Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Foto dengan Ust. Muhammad Maskhur selaku Humas Bidang Pelayanan dan Dokumentasi dan selaku Dewan Guru atau Ustadz



Foto dengan Bpk. Upiri Ngadi selaku Humas Bidang Pengelola Data dan Informasi



Foto dengan Bpk. Suseno selaku Humas Bidang Pelayanan dan Dokumentasi



Foto dengan Ustadzah Atika Nur Kholifah, S.Pd selaku Dewan Guru atau Ustadzah



Foto dengan Ustadzah KyKy Maisyaroh selaku Dewan Guru atau Ustadzah



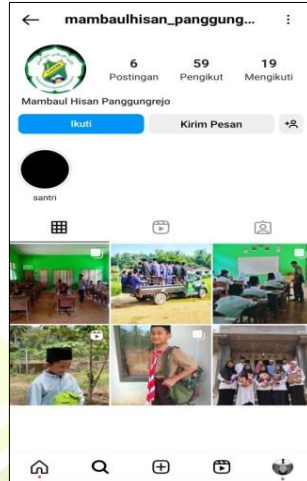
Foto dengan Ustadzah Hamidah Nur Azizah, S.Pd selaku Dewan Guru atau Ustadzah



Foto dengan Muhammad Iqbal Maulana selaku Santri



Foto dengan Muhammad Yusuf Abdillah selaku Santri



Sosial media Instagram Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Sosial media Youtube Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Sosial media Facebook Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Brosur sebagai media promosi Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Kegiatan Sosialisasi Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan di Sekolah Dasar



Santri Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan mengikuti upacara peringatan hari santri di lapangan Kec. Sukoharjo Kab. Pringsewu



Kegiatan silaturahmi pengurus Pondok Pesantren, santri dan wali santri Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Peringatan Haul Masayikh dan Maulid Nabi Muhammas SAW di Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan



Baliho/Baner Pondok Pesantren Mamba'ul Hisan

Lampiran 10
Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B - 0536/ Un.16 / P1 /KT/VI/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
Menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DAKWAH ISLAM DI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HISAN PEKON PANGGUNGREJO KECAMATAN SUKOHARJO KABUPATEN PRINGSEWU

karya		
NAMA	NPM	FAK/PRODI
M. Erico febriansyah	1941010517	FDIK/KPI

Bebas plagiasi sesuai dengan tingkat kemiripan sebesar 19%. Dan dinyatakan lulus dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 07 Juni 2023
Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
DALAM MENINGKATKAN CITRA
LEMBAGA DAKWAH ISLAM DI
PONDOK PESANTREN
MAMBA'UL HISAN PEKON
PANGGUNGREJO KECAMATAN
SUKOHARJO KABUPATEN
PRINGSEWU

Submission date: 07-Jun-2023 02:34PM (UTC+0700)
by M. ERICO Febriansyah

Submission ID: 2110879080

File name: TURNITIN-_M._ERICO_FEBRIANSYAH.docx (73.79K)

Word count: 7187

Character count: 48273

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DAKWAH ISLAM DI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL HISAN PEKON PANGGUNGREJO KECAMATAN SUKOHARJO KABUPATEN PRINGSEWU

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	4%
2	Submitted to Trisakti University Student Paper	1%
3	Abie Maulana Al Givari. "Strategi Humas dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Mdarasah Unggulan di Kota Malang", FONDATIA, 2020 Publication	1%
4	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
5	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Jember Student Paper	1%

7	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %
8	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
10	Fathul Maujud. "Peran Partisipasi Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Islahul Muta'allim Pagutan Kota Mataram)", PALAPA, 2017 Publication	<1 %
11	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	<1 %
12	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
15	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1 %
16	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %

17 Rio Septian. "Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta", Media Manajemen Pendidikan, 2022
Publication <1%

18 Dika Hanjaya Anwar, Sasmito Jati Utama, M. Husni Thamrin. "MODEL KOLABORASI DALAM PELAKSANAAN PROGRAM CSR PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (PKBL)", Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi, 2020
Publication <1%

19 Muhamad Reza Humaidi. "RASIONALISASI LAPORAN BANTUAN SOSIAL BULAN MEI 2020 KEPADA MASYARAKAT TERDAMPAK COVID-19 PROVINSI KALIMANTAN TENGAH", Jurnal Riset Akuntansi Politala, 2021
Publication <1%

20 Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
Student Paper <1%

21 Anis Sholikhah, Abu Talkah. "Perspektif Kinerja Berbasis Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, dan Budaya Organisasi", Otonomi, 2021
Publication <1%

22 Submitted to Universitas Merdeka Malang
Student Paper

		<1 %
23	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
24	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	<1 %
25	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1 %
26	Achmad Haikal. "MANAGEMENT HUMAS BKKBN DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MELALUI KELUARGA KURANG MAMPU", Jurnal Komunikasi, 2019 Publication	<1 %
27	Submitted to STIE Kesatuan Bogor Student Paper	<1 %
28	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
29	Azizah Musyaffa, Said Romadlan. "Citra Ganjar Pranowo dalam Konflik Desa Wadas Di Media Online", Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 2023 Publication	<1 %
30	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	<1 %

- | | | |
|----|--|------|
| 31 | Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Student Paper | <1 % |
| 32 | Submitted to St. Ursula Academy High School
Student Paper | <1 % |
| 33 | Submitted to UPN Veteran Jawa Timur
Student Paper | <1 % |
| 34 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Student Paper | <1 % |
| 35 | Submitted to Ajou University Graduate School
Student Paper | <1 % |
| 36 | Etika Dwi Hardiyarningsi, Meri Yarni. "ANALISIS TERHADAP PENGATURAN KEBEBASAN HUKUM BERPENDAPAT MELALUI MEDIA INTERNET", Limbago: Journal of Constitutional Law, 2022
Publication | <1 % |
| 37 | Submitted to IAIN Kudus
Student Paper | <1 % |
| 38 | Submitted to IAIN Surakarta
Student Paper | <1 % |
| 39 | Muhamad Syahrul, Musjuliana Musjuliana, Rusiana Dewi. "Berbagai Aspek Kehumasan dalam Penyelenggaraan Lembaga Pendidikan", Shautut Tarbiyah, 2020 | <1 % |

-
- 40 Putra Pratama Saputra. "Peningkatan Kontrol Sosial Masyarakat Dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan NAPZA", Society, 2017
Publication <1 %
-
- 41 Sri Wahyuni, Samsu, Sururudin. "Peran Humas Perusahaan dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial terhadap Masyarakat Desa Sekampil Kecamatan Pelepat Kabupaten Bungo Provinsi Jambi", MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 2019
Publication <1 %
-
- 42 Submitted to Universitas Lancang Kuning
Student Paper <1 %
-
- 43 Submitted to iGroup
Student Paper <1 %
-
- 44 Agus Supriyadi, Djuwairiyah Djuwairiyah. "IMPLEMENTASI PERATURAN BUPATI NOMOR 5 TAHUN 2015 TENTANG PENERAPAN PEMBELAJARAN MUATAN LOKAL DALAM BENTUK PESANTREN SEKOLAH DI SMPN 1 ASEMBAGUS", Edupedia, 2019
Publication <1 %
-
- 45 Ahmad Muslih. "PERAN PESANTREN AL-BUKHORI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT MUSLIM PEDESAAN MELALUI PENCAK SILAT <1 %

-
- 46 Toha Ma'sum. "Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan", Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman, 2020
Publication <1 %
-
- 47 Anna Marganingsih, Emilia Dewiwati Pelipa. "PENGARUH PENDEKATAN CHEMO ENTREPRENEURSHIP DAN PELATIHAN KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA MAHASISWA", JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2019
Publication <1 %
-
- 48 Stella Erdityaningrum Januarti, Isnaini Rodiyah. "IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROGRAM BERAS MISKIN (RASKIN) DI DESA KEJAPANAN KECAMATAN GEMPOL KABUPATEN PASURUAN", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2016
Publication <1 %
-
- 49 Nabila NF. "PELAKSANAAN BELAJAR DARI RUMAH SELAMA COVID-19 PADA ANAK USIA 5-6 TAHUN DI KAMPUNG CIANYAR", Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI), 2021
Publication <1 %

50 Ahmad Rizani, Karmen Marpaung, Ega Dwi Maharani. "Effect of Capital, Labor, Hours of Work and Length of Business on Toll Counter Income in Palangka Raya City", Journal Magister Ilmu Ekonomi Universtas Palangka Raya : GROWTH, 2023
Publication

<1 %

51 Berti Fitri Permatasari, Novi Triana Habsari. "Persepsi Masyarakat Desa Jiwan Terhadap Kalender Jawa Dalam Membangun Rumah", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2015
Publication

<1 %

52 Hamlan Andi Baso Malla. "Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Berbasis Multikultural Humanistik dalam Membentuk Budaya Toleransi Peserta Didik Di SMA Negeri Model Madani Palu, Sulawesi Tengah", INFERENSI, 2017
Publication

<1 %

53 Yuli Astutik, Soebijantoro Soebijantoro. "Dampak Kunjungan Wisatawan Terhadap Pelestarian Museum Trinil Tahun 2010-2013", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2015
Publication

<1 %