

ABSTRAK

Siti Nurul Afizah: 190101050021. *External Communication* Sebagai Strategi Promosi Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan Pada Masa Pandemi Covid-19, Pembimbing Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag, M.Pd.I, pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin. Tahun lulus 2023

Kata kunci: *external communication*, promosi

Faktor persaingan yang semakin meningkat menyebabkan madrasah harus melakukan perubahan dan perbaikan dalam hal berkomunikasi dan berinteraksi dengan pihak luar serta melakukan pembenahan mengenai promosi madrasah. Pelaksanaan komunikasi pada Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan dalam menyalurkan informasi dan membina interaksi dengan masyarakat sudah sangat baik dengan menggunakan beberapa media yang mampu menjangkau masyarakat secara merata. Komunikasi dalam sebuah interaksi merupakan suatu proses dalam menyalurkan informasi, ide-ide dalam suatu organisasi secara timbal balik dalam upaya untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis cara madrasah dalam membina interaksi dengan komunitas dan informasi yang disalurkan kepada publik serta mengetahui apakah terdapat pengaruh antara komunikasi eksternal dengan aksi *fundraising*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data sedangkan teknik validitas dan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas, uji *transferability*, uji *dependability*, uji *confirmability*.

Temuan dalam penelitian ini adalah informasi yang disampaikan oleh Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan meliputi penerimaan peserta didik baru (PPDB), kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah dan prestasi madrasah. Informasi tersebut disampaikan melalui media sosial (instagram, whatsapp, facebook dan youtube), media cetak (spanduk, pamflet dan brosur), serta khusus pada MAN 1 Balangan dan MAN 3 Balangan menyalurkan informasi menggunakan TV kabel yang dikelola masyarakat. Selain itu interaksi dengan komunitas dan aksi *fundraising* juga dilakukan dengan menggunakan media sosial (instagram dan whatsapp) serta secara tatap muka pada kegiatan rapat yang melibatkan antara pihak madrasah dengan orang tua siswa, masyarakat atau lembaga terkait.