

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Komunikasi dapat dilaksanakan dengan cara yang sederhana sampai cara yang kompleks, akan tetapi pada masa ini perkembangan teknologi telah mengubah cara berinteraksi secara drastis. Komunikasi yang efektif tentu saja diperlukan oleh semua organisasi baik bagi organisasi profit maupun non-profit. Hal ini penting untuk mencapai upaya tujuan mereka. Organisasi yang produktif ditunjang pada penguasaan komunikasi baik itu di dalam organisasi (internal) maupun komunikasi dengan pihak-pihak di luar organisasi (eksternal). Komunikasi eksternal organisasi terutama dengan masyarakat dapat berupa pemberian informasi atau pelayanan. Adanya perhatian masyarakat kepada organisasi melalui berbagai bentuk adalah bukti terjadinya proses komunikasi secara timbal balik, yakni dari organisasi kepada masyarakat maupun sebaliknya.<sup>1</sup>

Dengan semangat dan tujuan komunikasi, merujuk ke kitab suci al-Qur'an, di sana dapat diketahui bahwa sebenarnya Tuhan-lah yang pertama mengajarkan kepada manusia berkomunikasi sebagaimana dalam Q.S. Al-Rahman/55:1-4 yang berbunyi sebagai berikut.

الرَّحْمَنُ (١) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (٢) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (٣) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (٤)

---

<sup>1</sup>Alipi. "Komunikasi Eksternal Efektif sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat". *Jurnal Kependidikan Dasar Berbasis Sains*, Vol. 4, No. 1, 2019, 18

Dari ayat di atas menyatakan bahwa Tuhan yang Maha Pemurah yang mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara. Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwasanya manusia diciptakan agar senantiasa dapat mempelajari Al-Qur'an dan dapat mengambil ibrah maupun pelajaran terkait segala macam persoalan di muka bumi, sehingga dengan hal tersebut dapat menjadikan manusia pandai berkomunikasi.

Relevansi atau hubungan ayat di atas dengan penelitian ini yakni mengajarkan kepada manusia tentang berkomunikasi dan mengajarkan pandai dalam berinteraksi. Menurut Syekh Ahmad Shawi dalam Hasyiyah As-Showi'ala Tafsir Jalalain, beliau menyampaikan. Bahwasanya surah tersebut dimulai dengan lafadz ar-rahman yang menunjukkan bahwa surah tersebut mencakup nikmat yang sangat besar karena lafadz ar-rahman bermakna dzat yang memberi nikmat-nikmat besar, baik secara kualitas maupun kuantitas yakni menciptakan manusia, mengajarkan al-qur'an dan mengajarkan manusia pandai dalam berkomunikasi.

Sejalan dengan hal tersebut, dalam Q.S. Al-Baqarah/2:31-33 juga menjelaskan mengenai persoalan berkomunikasi yang mana berbunyi sebagai berikut.

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (٣١) قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢)  
 قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ الْغَيْبِ  
 السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (٣٣)

Komunikasi akan menjadi semakin penting khususnya dalam pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi menjadi salah satu faktor atau penentu dan juga

sebagai penggerak untuk mewujudkan tujuan daripada usaha yang akan dan telah dilaksanakan. Untuk itu, dalam pencapaian tujuan tersebut, maka setiap organisasi harus dapat mengatur dengan semua proses kegiatan komunikasi agar hasil yang diharapkan dapat lebih optimal.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, Stiner mendefinisikan komunikasi sebagai “Proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”. Disisi lain, Rogers yang merupakan seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi mendefinisikan bahwa “Komunikasi adalah sebuah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.<sup>2</sup>

Komunikasi dalam organisasi adalah suatu proses dalam penyaluran informasi, ide-ide dalam suatu organisasi secara timbal balik dalam upaya mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kegiatan komunikasi membutuhkan adanya sebuah sarana atau sering disebut sebagai alat komunikasi. Sarana atau alat komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyampaian ide-ide atau gagasan, pesan atau pun informasi yang ingin disalurkan oleh orang-orang yang ada di dalam organisasi kepada pihak-pihak di dalam maupun di luar organisasi tersebut yang memiliki kepentingan terhadap organisasi tersebut. Dengan berkembangnya zaman dari masa kemasa, teknologi informasi juga

---

<sup>2</sup> Roger dalam Abdul Rahmat, Ismawati Doembana, Muhammad Farhan. *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017), 1-2

mendapati perubahan. Manusia sebagai sumber daya utama terhadap sebuah organisasi akan menentukan maju tidaknya suatu organisasi itu sendiri.<sup>3</sup>

Madrasah aliyah adalah jenjang pendidikan menengah pada pendidikan formal di Indonesia yang setara dengan Sekolah Menengah Atas, yang mana pengelolaannya dilakukan oleh Kementerian Agama. Pendidikan Madrasah Aliyah ditempuh dalam waktu 3 tahun yang dimulai dari kelas 10 sampai kelas 12. Di Balangan terdapat empat macam Madrasah Aliyah Negeri yaitu MAN 1 Balangan yang berada di Kecamatan Batumandi, MAN 2 Balangan di Kecamatan Paringin, MAN 3 Balangan yang ada di Kecamatan Lampihong serta MAN 4 Balangan yang ada di Kecamatan Halong. Sebagai sebuah organisasi madrasah ini selalu melakukan aktivitas komunikasi baik itu internal ataupun eksternal. Komunikasi eksternal pada Madrasah Aliyah Negeri di Balangan ini memiliki tujuan untuk menjaga hubungan baik antara madrasah dengan pihak luar madrasah yang masih ada kepentingan tertentu.

Dalam melakukan penerimaan peserta didik baru, Madrasah Aliyah Negeri yang ada di Kabupaten Balangan ini sangat aktif dan gencar melakukan sosialisasi mengenai profil sekolah, yang meliputi prestasi siswa, visi misi sekolah, dan profil jurusan kebeberapa Sekolah Menengah Pertama (SMP) ataupun Madrasah Tsanawiyah (Mts) pada masing-masing kecamatan. Sosialisasi ini adalah cara utama yang dilakukan oleh pihak madrasah untuk menjaring peserta didik baru. Selain cara tersebut, MAN yang ada di Balangan ini juga memasang spanduk di dekat madrasah, serta juga memakai brosur sebagai media promosi madrasah.

---

<sup>3</sup>Kurniasih. "Pengaruh Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal Terhadap Kinerja Pegawai". *Jurnal Of Management Review*, Vol. 5, No. 1, 2021, 634

Namun seiring dengan perkembangan zaman yang juga diikuti oleh kemajuan teknologi informasi, cara-cara tersebut diatas dapat dikatakan tidak update, karena masih menggunakan cara lama. Sedangkan kemajuan teknologi menuntut lembaga pendidikan seperti madrasah agar mampu memberikan layanan informasi yang dapat dijangkau oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja seperti halnya menggunakan media komunikasi berbasis internet, seperti website dan media sosial lainnya.<sup>4</sup>

Pada masa pandemi covid-19 telah mengubah berbagai macam tatanan kehidupan. Seperti pada bidang perekonomian, pendidikan dan lain sebagainya. Dalam bidang pendidikan membuat para guru tenaga pendidik dan kependidikan serta peserta didik menghadapi tantangan baru, pasalnya pada proses pembelajaran yang semula dilakukan secara langsung tatap muka di sekolah atau madrasah berubah menjadi proses pembelajaran yang dilaksanakan secara daring atau online yang dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang saat ini berkembang dengan sangat pesat. Selain berpengaruh dalam hal pembelajaran, situasi pandemi covid-19 ini juga berpengaruh terhadap penyampaian informasi terkait hal-hal yang ada di sekolah atau madrasah.

Dalam penyampaian informasi mengenai penerimaan peserta didik baru, maka Madrasah Aliyah Negeri yang ada di Kabupaten Balangan melakukan hal tersebut dengan memanfaatkan teknologi yang ada, masing-masing madrasah saling bersaing dalam hal menarik minat masyarakat dan peserta didik baru agar

---

<sup>4</sup>Tasnim, dkk. *Komunikasi Pemasaran*, (Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021), 8-10

berminat masuk pada madrasah mereka. Tiap-tiap madrasah mempromosikan keunggulan yang ada pada madrasah nya, visi misinya, program keahlian yang ada, jumlah siswa dan tenaga pendidik serta tenaga kependidikannya. Prestasi madrasah yang telah dicapai, akreditasinya, kegiatan ekstrakurikuler yang ada, kegiatan yang dilakukan oleh madrasah atau pun OSIM, dan lain sebagainya. Dengan bantuan teknologi yang semakin maju dan berkembang serta akibat dari adanya pandemi covid-19 ini maka Madrasah Aliyah Negeri yang ada di Kabupaten Balangan menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penunjang pada kegiatan *external communication* yang dilakukan dalam menarik minat atau perhatian masyarakat maupun calon peserta didik baru.

Dilihat dari tiga tahun kebelakang selama pandemi covid-19 muncul di dunia, maka data jumlah peserta didik baru yang terdapat pada masing-masing madrasah yang ada di Kabupaten Balangan ini sangat bervariasi dari tahun ketahun. Seperti jumlah peserta didik baru yang ada pada MAN 1 Balangan yang berada di Kecamatan Batumandi terhitung dari tahun 2020 berjumlah 76 siswa, tahun 2021 berjumlah 70 siswa dan pada tahun 2022 berjumlah 90 siswa. Data jumlah peserta didik baru yang ada pada MAN 2 Balangan yang berada di Kecamatan Paringin ditahun 2020 berjumlah 97 siswa, pada tahun 2021 berjumlah 92 siswa, dan pada tahun 2022 berjumlah 92 siswa. Selanjutnya data peserta didik baru pada MAN 3 Balangan yang berada di Kecamatan Lampihong dari tahun 2020 berjumlah 54 orang, pada tahun 2021 berjumlah 64 orang, dan pada tahun 2022 data peserta didik baru pada MAN 3 Balangan berjumlah 53 orang. Terakhir data peserta didik baru yang terdapat pada MAN 4 Balangan yang

berada di Kecamatan Halong pada tahun 2020 berjumlah 65 orang, tahun 2021 berjumlah 42 orang, dan pada tahun 2022 berjumlah 81 orang.

Tabel 1.1 Jumlah Siswa Baru Pada Tahun 2020, 2021, dan 2022

Nama Madrasah	Jumlah Siswa Baru		
	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
MAN 1 Balangan	76 orang	70 orang	90 orang
MAN 2 Balangan	97 orang	92 orang	92 orang
MAN 3 Balangan	54 orang	64 orang	53 orang
MAN 4 Balangan	65 orang	42 orang	81 orang

Berdasarkan uraian serta tabel data jumlah peserta didik baru yang ada pada masing-masing madrasah di Kabupaten Balangan tersebut bahwasanya nampak sekali variasi dari tahun-ketahunnya dan hal tersebut tentunya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti halnya komunikasi ataupun kondisi yang sedang dialami, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *External Communication* Sebagai Sarana Promosi Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada Masa Pandemi Covid-19.

## **B. Definisi Istilah**

Supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini, oleh karena itu penulis menjelaskan terkait istilah dalam judul ini, yakni sebagai berikut:

1. *External communication* atau yang disebut dengan komunikasi eksternal adalah sebuah proses komunikasi dalam organisasi dengan lingkungannya yakni dengan pihak diluar organisasi tersebut.<sup>5</sup>
2. Promosi adalah program yang direncanakan untuk dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku audiens atau pendengar yang menjadi sasaran atau target sehingga tujuan-tujuan dari promosi dapat tercapai.<sup>6</sup>
3. Masa pandemik covid-19 adalah sebuah fenomena yang terjadi dari tiga tahun kebelakang sampai sekarang ini, yang mana fenomena tersebut sangat banyak membawa perubahan dari berbagai bidang baik itu bidang ekonomi, pendidikan dan lain sebagainya.

### **C. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, oleh sebab itu penelitian ini ditetapkan fokus penelitiannya, yaitu terkait *external communication* sebagai sarana promosi Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19. Adapun yang menjadi sub fokus penelitian diantaranya yakni:

1. *External communication* sebagai penyalur informasi kepada publik yang dilakukan Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19.

---

<sup>5</sup>Alipi. "Komunikasi Eksternal Efektif sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat". *Jurnal Kependidikan Dasar Berbasis Sains*, Vol. 4, No. 1, 2019, 18

<sup>6</sup>Salim Al-Idrus, *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Malang: UIN Maliki, 2013), 48-49

2. *External communication* sebagai strategi promosi Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19 dalam membina interaksi dengan komunitas.
3. *External communication* Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19 sebagai aksi *fundraising*.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dari penelitian ini berdasarkan adanya latar belakang dan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis informasi kepada publik dalam *external communication* yang dilakukan Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19.
2. Mengetahui serta menganalisis *external communication* sebagai sarana promosi Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19 dalam membina interaksi dengan komunitas.
3. Mengetahui dan menganalisis *external communication* Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Balangan pada masa pandemi covid-19 sebagai aksi *fundraising*.

## **E. Signifikansi Penelitian**

### **1. Signifikansi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu karya yang dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang *external communication* sebagai strategi promosi dalam madrasah dan dapat menjadi bahan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam.

### **2. Signifikansi Praktis**

- a. Bagi Pemerintah, sebagai bahan penunjang hasil dari *external communication* atau komunikasi eksternal untuk dijadikan sebagai strategi promosi maupun penyalur informasi serta sebagai sarana berinteraksi antar komunitas dan sebagai aksi dalam menarik donasi juga mobilisasi dukungan dari pihak luar.
- b. Bagi Madrasah, sebagai informasi ilmiah dalam pengembangan interaksi yang menjadi salah satu faktor atau penentu dan juga penggerak untuk mewujudkan tujuan dari usaha yang akan dan telah dilaksanakan.
- c. Bagi Universitas, sebagai tambahan referensi di perpustakaan dan bahan dokumentasi sehingga meningkatkan pelayanan pendidikan untuk mahasiswa terutama peneliti selanjutnya.
- d. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti tentang *external communication* di lembaga pendidikan sebagai bahan dalam proses penyaluran informasi juga sarana interaksi yang dapat menarik donasi dan mobilisasi serta melatih diri untuk peka terhadap pendidikan Indonesia, khususnya pada daerah sendiri.

## F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan peninjauan penelitian yang dilakukan, ternyata ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan serupa, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian pertama dengan judul *Pelaksanaan Komunikasi Eksternal dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di SMK Muhammadiyah 1 Tempel*. Oleh Dian Rini Habsari, Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait pelaksanaan komunikasi di SMK Muhammadiyah 1 Tempel. SMK Muhammadiyah 1 Tempel melakukan komunikasi eksternal sebagai salah satu upaya dalam menjalin hubungan baik terhadap pihak-pihak eksternal yang menjadi tujuan dari kegiatan tersebut, pihak-pihak yang menjadi tujuan dalam kegiatan komunikasi eksternal SMK Muhammadiyah 1 Tempel ini adalah orang tua murid, masyarakat, dan beberapa instansi lembaga pendidikan maupun non pendidikan. Dalam melakukan komunikasi eksternal dengan pihak-pihak yang menjadi tujuannya, SMK Muhammadiyah 1 Tempel melakukan beragam cara serta menggunakan beberapa jenis media guna menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak tersebut, media tersebut terdiri dari brosur, koran, website, email, bulletin dan telepon. Cara yang dipakai oleh SMK Muhammadiyah 1 Tempel dalam melakukan komunikasi eksternal ini sangat beragam, disesuaikan dengan pihak yang menjadi tujuan.<sup>7</sup> Persamaan penelitian dengan peneliti adalah terkait dengan jenis pendekatan penelitian, komunikasi eksternal dan lembaga

---

<sup>7</sup> Dian Rini Habsyari. *Pelaksanaan Komunikasi Eksternal Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 1 Tempel*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013). 91-93

pendidikan. Perbedaan dengan penelitian ini, peneliti lebih berfokus terhadap komunikasi eksternal dalam hal penyaluran informasi kepada publik, pembinaan interaksi dengan komunitas, dan *fundraising*.

2. Penelitian kedua dengan judul *Pemanfaatan Media Komunikasi Eksternal di SMK YPKK 2 Sleman*. Oleh Thera Aulia, Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar manfaat media sosial dalam melakukan komunikasi eksternal kepada publik. Sekolah Menengah Kejuruan YPKK 2 Sleman melakukan komunikasi eksternal sebagai salah satu strategi dalam menjalin kerjasama yang baik dengan pihak-pihak luar yang menjadi tujuan dari kegiatan tersebut untuk mendapatkan peserta didik baru dengan sebanyak-banyaknya. Dalam melakukan komunikasi eksternal terhadap pihak-pihak lain yang menjadi tujuan, SMK YPKK 2 Sleman telah melaksanakan beragam cara serta menggunakan beberapa jenis media guna menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak tersebut. Cara yang dipakai oleh SMK YPKK 2 Sleman dalam melaksanakan komunikasi eksternal cukup bervariasi serta media yang digunakan meliputi website sekolah, brosur, banner, spanduk, televisi dan telepon.<sup>8</sup> Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terkait dengan jenis dan pendekatan penelitian, media yang diteliti, serta eksternal komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi yang baik agar tercipta citra yang baik bagi lembaga pendidikan. Perbedaan dengan penelitian ini, peneliti lebih berfokus terhadap komunikasi eksternal dalam hal

---

<sup>8</sup> Thera Aulia. *Pemanfaatan Media Komunikasi Eksternal Di SMK YPKK 2 Sleman*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2015). 78-81

penyaluran informasi kepada publik, pembinaan interaksi dengan komunitas, dan *fundraising* sedangkan penelitian tersebut lebih berfokus pada pemanfaatan media komunikasi.

3. Penelitian ketiga dengan judul *Model Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Era New Marketing Studi Kasus di MTs Darul Huda Mayak Ponorogo*”, Oleh Umi Hani’atus Sa’adah, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Ponorogo 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pemasaran seperti apa yang digunakan oleh MTs Darul Huda Mayak Ponorogo dalam meningkatkan citra madrasah di era new marketing. Tahap strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Darul Huda Ponorogo menggunakan strategi internal, eksternal dan interaktif. Bekerjasama dengan komunitas alumni-alumni, dengan memakai sosial media, keluarga MTs dan wali murid. Cara madrasah mengetahui pesona ataupun karakter yang dimiliki oleh madrasah yang lainnya yaitu dengan melihat visi dan misi yang dimiliki oleh setiap lembaga pendidikan.<sup>9</sup> Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terkait membangun citra lembaga dalam menarik minat peserta didik untuk melanjutkan pendidikan ke lembaga terkait. Perbedaan dengan penelitian ini, peneliti lebih berfokus terhadap komunikasi eksternal dalam hal penyaluran informasi kepada publik, pembinaan interaksi dengan komunitas, dan *fundraising* sedangkan penelitian tersebut lebih berfokus pada Model Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Era New Marketing.

---

<sup>9</sup> Umi Hani’atus Sa’adah. *Model Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Era New Marketing Studi Kasus di MTs Darul Huda Mayak Ponorogo*. (Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2021). 92-94

4. Penelitian keempat dengan judul *Strategi Komunikasi MTs.T.I Kerkap Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dimasa Pandemi Covid-19* oleh M. Arjun Prasetia, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2021. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi hubungan masyarakat Madrasah Tsanawiyah Tarbiyah Islamiyah (MTs.T.I) kerkap dalam meningkatkan jumlah peserta didik pada masa pandemi covid-19, mengetahui faktor pendukung dan penghambat hubungan masyarakat Madrasah Tsanawiyah Tarbiyah Islamiyah (MTs.T.I) kerkap dalam menerapkan strategi komunikasinya pada masa pandemi covid-19 dalam meningkatkan jumlah peserta didik.<sup>10</sup> Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu menarik minat peserta didik serta meningkatkan jumlah peserta didik, menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini, peneliti lebih berfokus terhadap komunikasi eksternal dalam hal penyaluran informasi kepada publik, pembinaan interaksi dengan komunitas, dan *fundraising* sedangkan penelitian tersebut lebih berfokus pada strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah peseta didik.

---

<sup>10</sup> M. Arjun Prasetia. *Strategi Komunikasi MTs.T.I Kerkap Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dimasa Pandemi Covid-19*. (Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2021). 81-82

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini, maka mengorganisasikan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, memuat konteks penelitian, definisi istilah, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori dan Kerangka Pikir, memuat *Eksternal Communication* (Komunikasi Eksternal), dan promosi

Bab III Metode Penelitian, memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, partisipan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, dan teknik validitas dan keabsahan data.

Bab IV Pengembangan dan Pembahasan, berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan

Bab V Peutup, berisikan simpulan dan saran