

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Terjemah Ayat

No	Bab	Hal	Keterangan	Terjemah
1.	I	1	Q.S. Al-Mujadalah/58:11	Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, 'Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,' maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, 'Berdirilah kamu,' maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.
2.	I	2	Q.S. Al-'Alaq /96:1-5	Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan!. Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.
3.	I	6	Q.S. Ar-Rahman/55:1-4	Allah) Yang Maha Pengasih. Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia. Mengajarnya (berbicara) yang jelas (Al-Bayan).
4.	II	51	Q.S. Ar-Ra'd/13:11	Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.
5.	II	54	Q.S. At-Taubah/9:119	Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.
6.	II	56	Q.S. An-Nisa'/4:58	Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak

				menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil.
7.	II	58	Q.S. Ali Imran/3: 159	Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu.
8.	II	61	Q.S. Al-Baqarah/1:143	Dan demikianlah Kami jadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan (wasathan) agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu.
9.	II	63	Q.S. Al-Maidah/5:2	Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.

Lampiran 2 : Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

Tujuan: Observasi ini dilakukan secara langsung untuk mengamati alur kerja (*workflow*) tim kreatif di lingkungan sekolah.

Lokasi Pengamatan: Humas SIT Ukhuwah dan Akun media sosial resmi SIT Ukhuwah (seperti Instagram, YouTube, dan Facebook).

Observasi Lapangan	Observasi Digital
1. Perencanaan Konten: Mengamati secara langsung pelaksanaan proses rapat perencanaan konten visual. 2. Proses Pengorganisasian: Melihat pembagian tugas tim kreatif serta alur koordinasi antara Supervisor Humas IT dan Tim Media. 3. Fasilitas Produksi: Mengamati dukungan anggaran atau fasilitas yang tersedia untuk proses produksi konten. 4. Produksi Visual (Shooting): Mengamati proses pengambilan gambar atau video di lapangan. 5. Pasca-Produksi (Editing): Mengamati proses penyuntingan konten visual sebelum dipublikasikan.	1. Jenis Konten Visual: Mengidentifikasi ragam konten yang dipublikasikan, seperti pamflet, video/motion graphics, ilustrasi, atau infografis. 2. Daya Tarik Estetika: Mengamati kualitas desain, komposisi warna, dan tata letak (layout) yang digunakan. 3. Konsistensi Identitas Visual: Mengamati keseragaman penggunaan logo, tipografi, dan palet warna yang sesuai dengan identitas sekolah. 4. Pola Desain: Mengamati pola visual dan konsistensi desain khusus pada <i>feeds</i> Instagram. 5. Manajemen Jadwal: Memantau intensitas dan waktu publikasi konten (posting schedule) yang diterapkan oleh pengelola akun. 6. Keterlibatan Publik (Engagement): Mengamati interaksi publik melalui jumlah <i>likes</i>, komentar, dan <i>share</i> sebagai bentuk respons audiens terhadap konten yang disajikan.

Lampiran 3 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Nama Informan : **Iwan Rudini, S.Kom.**
 Jabatan : Supervisor Humas IT
 Tanggal dan Waktu : Kamis, 16 April 2026 / 09.12 – 11.27
 Lokasi : Ruang Humas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin
 Peran Informan : Memberikan data utama mengenai manajemen humas saat ini, proses POAC, serta strategi menjaga konsistensi visual.

No.	Indikator	Pertanyaan dan Jawaban
1.	Sejarah & Peralihan	Ustaz/Bapak, SIT Ukhuwah ini kan sudah berdiri cukup lama dan sangat mapan. Bisa diceritakan bagaimana dinamika atau perjalanan perubahan gaya promosi dan komunikasi sekolah ini dari masa ke masa?
2.	Fungsi Perencanaan (<i>Planning</i>): Riset & Pemetaan	Sebelum merumuskan strategi konten atau kampanye humas di awal tahun ajaran/PPDB, apakah ada proses riset khusus (membaca tren media sosial atau memetakan apa yang disukai orang tua saat ini)?
3	Fungsi Perencanaan (<i>Planning</i>): Penetapan Tujuan Utama	Secara spesifik, apa tujuan utama (target) yang ingin dicapai manajemen melalui publikasi foto atau video di media sosial SIT Ukhuwah? Apakah sekadar informasi kegiatan, atau ada target pembangunan citra tertentu?
4.	Fungsi Perencanaan (<i>Planning</i>): Penjadwalan	Bagaimana manajemen merencanakan jadwal tayang konten (<i>content calendar</i>)? Apakah sudah dijadwalkan secara sistematis (misal: hari Senin untuk konten motivasi, hari Rabu untuk fasilitas, dll)?
5.	Fungsi Pengorganisasian (<i>Organizing</i>): Struktur Tim Kreatif	Bagaimana mekanisme pembagian tugas antara posisi Bapak sebagai Supervisor Humas IT (pengambil kebijakan) dengan Tim Media/Kreatif sebagai pelaksana teknis (desainer, videografer)?
6.	Fungsi Pengorganisasian (<i>Organizing</i>): Alur Koordinasi	Seperti apa alur koordinasi harian atau mingguan antara manajemen humas dan tim media? Apakah ada rapat redaksi rutin?

7.	Fungsi Pengorganisasian (<i>Organizing</i>): Dukungan Lembaga	Transformasi digital tentu butuh modal. Sejauh mana dukungan dari pihak yayasan atau pimpinan sekolah dalam hal pengadaan fasilitas (kamera, komputer <i>editing</i>) dan anggaran khusus untuk tim media?
8.	Fungsi Pelaksanaan (<i>Actuating</i>): Standar Operasional Prosedur (SOP)	Dalam pelaksanaannya, apakah ada SOP atau aturan baku terkait alur publikasi? Misalnya, siapa yang menyeleksi foto, siapa yang merancang <i>caption</i> agar sesuai nilai Islam, dan siapa yang memberi <i>approval</i> akhir sebelum konten diunggah?
9.	Fungsi Pelaksanaan (<i>Actuating</i>): Pemilihan Platform	Saat ini SIT Ukhuwah menggunakan platform apa saja (Instagram, TikTok, YouTube, dll)? Platform mana yang difokuskan menjadi "etalase utama" sekolah dan apa alasannya?
10.	Fungsi Pelaksanaan (<i>Actuating</i>): Menjaga Identitas Visual	Bagaimana manajemen memastikan bahwa setiap desain, video, atau pamflet yang diproduksi tetap menjaga ciri khas "Sekolah Islam Unggul"? (Misalnya mengatur konsistensi logo, warna sekolah, dan kesesuaian visual dengan visi misi).
11.	Fungsi Pengawasan (<i>Controlling</i>): Evaluasi Kinerja Konten	Bagaimana Waka Humas mengevaluasi apakah sebuah konten visual dikatakan berhasil atau tidak? Apakah melihat dari jumlah tayangan, likes, atau ada standar lain?
12.	Fungsi Pengawasan (<i>Controlling</i>): Monitoring Respons Publik	Bagaimana sekolah mengelola interaksi atau respons dari netizen di media sosial?
13.	Fungsi Pengawasan (<i>Controlling</i>): Manajemen Krisis (Tindak Lanjut)	Jika suatu saat ada konten yang mendapat komentar negatif atau keluhan dari orang tua di media sosial, bagaimana prosedur manajemen untuk menindaklanjuti dan memperbaikinya?
14.	Implikasi Terhadap Penguatan <i>Institutional Branding</i> : Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	Dengan visualisasi konten yang semakin modern, kesan apa yang sebenarnya ingin ditangkap oleh publik terhadap SIT Ukhuwah? Apakah berhasil mengubah citra "sekolah tua" menjadi sekolah yang relevan dengan zaman?
15.	Implikasi Terhadap Penguatan <i>Institutional Branding</i> : Penguatan Merek (<i>Brand Reinforcement</i>)	Mengingat SIT Ukhuwah adalah institusi yang sudah sangat mapan dan punya sejarah panjang, bagaimana pihak manajemen memastikan bahwa inovasi konten visual di media sosial ini mampu menyegarkan citra sekolah (<i>brand relevance</i>) tanpa menghilangkan nilai-nilai keislaman dan identitas asli yang sudah dibangun puluhan tahun (<i>brand consistency</i>)?
16.	Implikasi Terhadap Penguatan	Dari sudut pandang sebagai penanggung jawab kehumasan, sejauh mana strategi menyajikan

	<i>Institutional Branding: Reputasi & Kepercayaan (Trust)</i>	transparansi kegiatan lewat foto/video ini berdampak langsung pada tingkat kepercayaan (<i>trust</i>) publik dan minat pendaftar (<i>decision making</i>) di musim PPDB?
17.	Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan: Pemetaan Pergeseran Perilaku	Dari pengamatan manajemen sejauh ini, apa perbedaan paling mencolok dalam cara orang tua zaman dulu (Generasi X) dengan orang tua muda saat ini (Milenial/Gen Z) ketika mereka mencari tahu dan menilai kualitas sekolah kita?
18.	Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan: Adaptasi " <i>Seeing is Believing</i> "	Saat ini, calon orang tua siswa didominasi oleh Generasi Milenial dan Gen Z yang karakternya sangat kritis dan butuh bukti visual (" <i>seeing is believing</i> "). Bagaimana pihak manajemen humas memandang perubahan perilaku orang tua ini?
19.	Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan: Dampak pada Keputusan Memilih Sekolah	Dalam iklim persaingan pendidikan di Banjarmasin saat ini, seberapa besar pihak manajemen meyakini bahwa tampilan visual media sosial (seperti kelayakan desain pamflet atau kualitas video kegiatan) telah menjadi faktor penentu utama bagi orang tua muda dalam memutuskan untuk mendaftarkan anak mereka di sini?
20.	Harapan ke Depan	Apa inovasi kehumasan berikutnya yang direncanakan oleh SIT Ukhuwah untuk terus memelihara reputasi (penguatan merek) di tengah gempuran sekolah-sekolah unggulan baru di Banjarmasin?

Nama Informan : **Krisna Indra Jaya**
 Jabatan : Staf Humas IT
 Tanggal dan Waktu : Kamis, 16 April 2026 / 11.35 – 12.08
 Lokasi : Ruang Humas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin
 Peran Informan : Pelaksana teknis (desainer/editor). Data dari beliau penting untuk menjelaskan bagaimana detail estetika visual (warna, layout, tren) dikerjakan untuk menarik minat Gen Z/Milenial.

Pertanyaan dan Jawaban

No.	Indikator	Pertanyaan dan Jawaban
1.	Pembagian Peran	Bisa diceritakan bagaimana pembagian tugas spesifik di dalam tim kreatif ini (misalnya, siapa yang memegang kendali desain grafis, pengambilan footage video, hingga penulisan caption dan posting)?
2.	Workflow Produksi	Bagaimana alur kerja produksi harian dari mulai menerima <i>brief</i> atau arahan dari Supervisor Humas, turun ke lapangan untuk <i>shooting</i> , proses editing, hingga akhirnya konten siap untuk di-publish?
3.	Produksi & Optimasi Konten Visual: Menerjemahkan Visi (<i>Optimize</i>)	Dalam menerjemahkan visi "Sekolah Islam Unggul", bagaimana tim mengoptimalkan elemen visual agar pesan edukasi tidak terkesan kaku atau membosankan bagi target audiens muda?
4.	Produksi & Optimasi Konten Visual: Prioritas Format (<i>Share</i>)	Dari berbagai format yang biasa diproduksi (pamflet pengumuman, <i>motion graphic</i> , video reels/kegiatan, infografis prestasi), format mana yang saat ini menjadi ujung tombak untuk di- <i>share</i> secara masif, dan apa alasannya?
5.	Produksi & Optimasi Konten Visual: Eksekusi " <i>Seeing is Believing</i> "	Orang tua generasi Milenial dan Gen Z sangat butuh bukti autentik (" <i>seeing is believing</i> "). Bagaimana tim di lapangan memastikan bahwa foto atau video kegiatan yang diambil terlihat meyakinkan, transparan, dan tidak terkesan setting an?
6.	Konsistensi Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>): Menjaga Standar Desain	Bagaimana langkah tim dalam mempertahankan konsistensi identitas merek (<i>brand identity</i>) di setiap output yang dihasilkan? Apakah sekolah memiliki panduan baku (<i>brand guideline</i>) terkait penggunaan <i>color palette</i> , <i>typography</i> , atau <i>placement logo</i> ?
7.	Konsistensi Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>): Kualitas Resolusi & Estetika	Mengingat audiens saat ini sangat visual-oriented, seberapa ketat standar tim terkait daya tarik estetika, komposisi, dan resolusi gambar sebelum diunggah?

8.	Keterlibatan Audiens (<i>Engagement & Manage</i>): Analitik Konten (<i>Engage</i>)	Berdasarkan insight atau analitik media sosial yang tim pantau secara rutin, elemen atau tipe konten visual seperti apa yang terbukti sukses memancing <i>engagement rate</i> tertinggi (seperti <i>likes</i> , <i>comments</i> , dan <i>shares</i>) dari audiens?
9.	Keterlibatan Audiens (<i>Engagement & Manage</i>): Manajemen Interaksi (<i>Manage</i>)	Bagaimana tim mengelola sirkulasi interaksi secara <i>real time</i> ? Misalnya, saat ada banyak audiens yang bertanya di kolom komentar atau Direct Message (DM) mengenai fasilitas atau PPDB sekolah.
10.	Tantangan Teknis & Dinamika Lapangan: Kendala Produksi	Apa saja kendala teknis atau operasional yang paling sering ditemui saat harus memproduksi digital asset dengan ritme yang cepat (misalnya: keterbatasan perangkat keras/kamera, tenggat waktu acara yang mendadak, atau proses <i>revision loop</i> dengan pihak manajemen)?
11	Harapan	Dukungan spesifik apa yang paling diharapkan oleh tim kreatif saat ini agar kualitas publikasi visual SIT Ukhuwah bisa semakin meningkat ke depannya?

Nama Informan : **Rustomo, S.Pd., M.Pd.**
 Jabatan : Kabag. Rekrutmen, SIPU, dan LHI Yayasan Ukhuwah Banjarmasin
 Tanggal dan Waktu : Kamis, 23 April 2026 / 10.07 – 10.42
 Lokasi : Ruang Humas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin
 Peran Informan : Menjelaskan transformasi promosi dari era konvensional ke era digital.

Pertanyaan dan Jawaban

No.	Indikator	Pertanyaan dan Jawaban
1.	Sejarah & Peralihan	Ustaz, saya mendapatkan rekomendasi untuk bertanya terkait awal mulanya SIT Ukhuwah. Bisa diceritakan bagaimana dinamika atau perjalanan perubahan gaya promosi dan komunikasi sekolah ini dari masa ke masa?
2.	Titik Balik Humas Digital	Kapan tepatnya pihak sekolah atau yayasan mulai menyadari bahwa pendekatan humas konvensional (seperti sebar brosur atau promosi lisan) sudah tidak cukup, dan harus bertransformasi penuh ke ranah digital/media sosial yang mengandalkan visual?

Lampiran 4 : Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI

Lokasi Pengumpulan: Arsip Internal SIT Ukhuwah & Platform Digital (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dll.)

A. Kelompok Dokumen Manajerial & Administratif

Tujuan: Mendukung analisis fungsi Perencanaan dan Pengorganisasian, serta melihat status keamanan lembaga.

1. **Profil & Sejarah Sekolah:** Dokumen tertulis sejarah berdirinya SIT Ukhuwah untuk memvalidasi konteks lembaga mapan (*established institution*) yang sudah berdiri lama.
2. **Struktur Organisasi:** Bagan susunan kepengurusan unit kerja Humas dan Tim Media Center / Tim Kreatif.
3. **Standar Operasional Prosedur (SOP) / Panduan Merek (Brand Guideline):** Dokumen (jika ada) yang mengatur alur publikasi visual, ketentuan warna logo, dan tipografi sekolah.

B. Kelompok Dokumen Visual Digital

Tujuan: Bukti fisik strategi visualisasi pesan dan komparasi gaya komunikasi sebelum dan sesudah transformasi manajemen.

1. **Tangkapan Layar (Screenshot) Postingan Lama:** Dokumentasi *feeds* atau postingan dari tahun-tahun sebelumnya (masa pra-transformasi) untuk melihat perbandingan gaya desain lama.
2. **Tangkapan Layar (Screenshot) Postingan Terkini:** Dokumentasi *feeds* media sosial (Instagram, Facebook) era saat ini untuk memperlihatkan pola visual, konsistensi warna, dan estetika yang lebih modern.
3. **Arsip Desain Grafis / Pamflet:** Kumpulan *file* atau gambar desain promosi PPDB, pengumuman sekolah, dan infografis prestasi.
4. **Arsip Video & Motion Graphic:** Salinan *file* atau tautan (*link*) video profil sekolah, video dokumentasi kegiatan siswa (*Reels*/TikTok), dan animasi edukasi.

C. Kelompok Data Statistik Digital (Social Media Analytics)

Tujuan: Data kuantitatif pendukung untuk memvalidasi efektivitas transformasi humas dalam menjangkau dan melibatkan audiens.

1. **Data Pertumbuhan Pengikut (Followers):** Laporan tren kenaikan jumlah pengikut di platform utama (misal: Instagram/TikTok).

2. **Data Jangkauan (*Reach / Impressions*):** *Screenshot dashboard analytics* yang menunjukkan seberapa luas jangkauan konten visual SIT Ukhuwah kepada audiens baru.
3. **Data Tingkat Keterlibatan (*Engagement Rate*):** Rekapitulasi rata-rata interaksi audiens, seperti jumlah *likes*, *comments*, *shares*, dan *saves* pada konten-konten visual utama.

Lampiran 5 : Dokumentasi

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan Informan



Keterangan: Dari kiri ke kanan, Ustadz Iwan Rudini (Supervisor Humas IT), Fikri Haekal Akbar (peneliti), Ustadz Krisna Indra Jaya (Staf Humas IT), Ustadz Rustomo (Kabag Rekrutmen Yayasan).

2. Proses Editing Konten Visual Humas SIT Ukhuwah



Keterangan: Proses pembuatan konten visual berupa feed Instagram oleh Ustadz Krisna Indra Jaya (kiri) dan *editing video* sinematografi oleh Ustadz Muhammad Syahda Wardana (kanan).

3. Buku Profil Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah



4. Struktur Bidang Pendidikan Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah

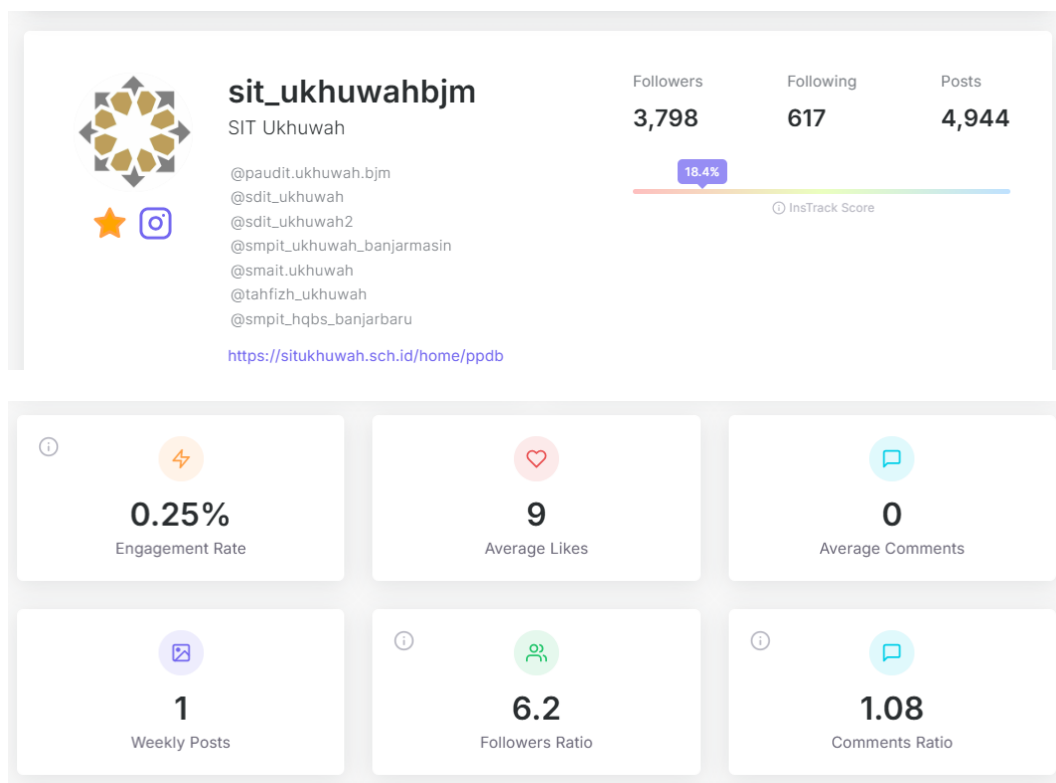


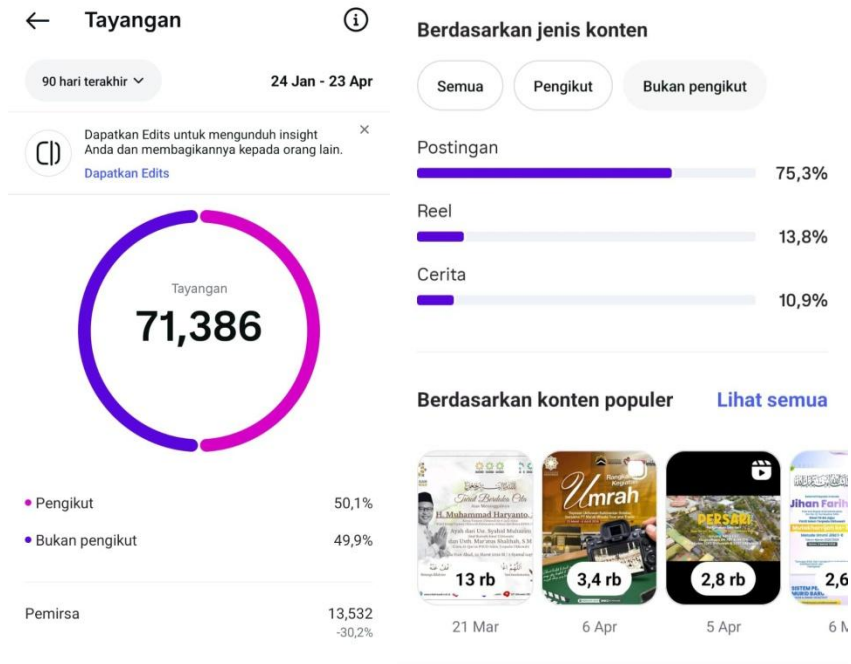
5. Konten Visual Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah





6. Data Analitik & Perkembangan Instagram SIT Ukuwah





Lampiran 6 : Surat Keputusan Dosen Pembimbing Tesis

KEPUTUSAN REKTOR UIN ANTASARI
NOMOR 858 TAHUN 2025
T E N T A N G
PEMBIMBING TESIS

DIREKTUR PASCASARJANA UIN ANTASARI

- Menimbang : 1. bahwa untuk mendukung kelancaran penulisan tesis mahasiswa Pascasarjana UIN Antasari a.n. Fikri Haekal Akbar/NIM 240211030091 diperlukan Dosen Pembimbing Tesis;
2. bahwa untuk keperluan itu dipandang perlu menetapkan Dosen Pembimbing Tesis dimaksud dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana;
3. bahwa mereka yang nama-namanya tercantum pada Surat Keputusan ini sesuai dengan latar belakang pendidikan dan keahliannya dipandang mampu melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI No. 12 Tahun 2012 tentang Sistem Pendidikan Tinggi;
3. Perpres RI No. 36 Tahun 2017 tentang Universitas Islam Negeri Antasari;
4. Surat Keputusan Menteri Agama No. 20 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Antasari;
5. Surat Keputusan Menteri Agama No. 29 Tahun 2017 tentang Statuta UIN Antasari Banjarmasin;
6. Keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI No. E/176/2000 tentang Program Pascasarjana IAIN Antasari;
7. Surat Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI Nomor : 2085 Tahun 2013 tentang Transformasi Konsentrasi Menjadi Program Studi pada Program Magister IAIN Antasari Banjarmasin;
8. Petunjuk Operasional (PO) Penggunaan Dana DIPA pada UIN Antasari Banjarmasin Tahun 2025;
9. Pedoman Akademik Pascasarjana UIN Antasari.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

- Pertama : Mengangkat Prof. Dr. Nadzmi Akbar, M.Pd.I dan Dr. Riinawati, M.Pd Sebagai Pembimbing Tesis a.n. Fikri Haekal Akbar/ NIM 240211030091 dengan judul: "Transformasi Manajemen Humas: Penguatan Institutional Branding Melalui Konten Visual dalam Merespons Pergeseran Generasi Orang Tua (Studi Kasus Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin)"
- Kedua : Tugas Pembimbing adalah membantu mahasiswa menyelesaikan penulisan tesis sampai dengan ujian tesis;
- Ketiga : Kepada masing-masing pembimbing diberikan honor pembimbing sesuai ketentuan yang berlaku;
- Keempat : Segala biaya yang diakibatkan dari kegiatan ini akan dibebankan kepada DIPA UIN Antasari Banjarmasin Tahun 2025;
- Kelima : Keputusan ini disampaikan kepada masing-masing Pembimbing untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya, dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan akan diadakan perubahan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banjarmasin,
Pada tanggal : 11 Desember 2025

a.n. Rektor
Direktur,



Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M.Pd.
NIP. 197105251997031006

Tembusan :

1. Rektor UIN Antasari;
2. Ketua Prodi S2 Manajemen Pendidikan Islam;
3. Pembimbing;
4. Fikri Haekal Akbar (Mhs.yang bersangkutan);
5. Arsip.

Lampiran 7 : Surat Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
PASCASARJANA**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3250801, Faksimili (0511) 3264143
E-mail: ps@uin-antasari.ac.id Website: pasca.uin-antasari.ac.id

S U R A T R I S E T

Nomor : 217 /Un.14/IV/TL.02.1/04/2026

yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Fikri Haekal Akbar
NIM : 240211030091
TTL : Kotabaru, 22 Desember 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jalan Manunggal II Komplek Aspol Bina Brata, Gang IV, Kelurahan Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin
Program Studi : S-2 Manajemen Pendidikan Islam
Semester : IV (Empat)

Adalah benar Mahasiswa Program Magister (S2) Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin dan saat ini sedang melaksanakan riset dalam rangka penulisan Tesis dengan judul:

Transformasi Manajemen Humas: Penguatan Institutional Branding Melalui Konten Visual dalam Merespons Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan di Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Tujuan : **Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin**

Lama riset : **08 April 2026 s.d 08 Juni 2026**

Demikian Surat Riset ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 08 April 2026
Direktur,



Mujiburrahman.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
PASCASARJANA**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3250801, Faksimili (0511) 3264143
E-mail: ps@uin-antasari.ac.id Website: pasca.uin-antasari.ac.id

Nomor : **217 /Un.14/IV/TL.02.1/04/2026**
Lamp : -
Hal : **Pengantar Penelitian Tesis**

Banjarmasin, 08 April 2026

Kepada Yth.
Kepala/Pimpinan
Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin
Di- Tempat
Assalamu'alaikum, Wr, Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir kuliah Pengantar Penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : Fikri Haekal Akbar
NIM : 240211030091
TTL : Kotabaru, 22 Desember 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jalan Manunggal II Komplek Aspol Bina Brata, Gang IV, Kelurahan Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin
Program Studi : S-2 Manajemen Pendidikan Islam
Semester : IV (Empat)

adalah benar Mahasiswa Program Magister (S2) Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, dan yang bersangkutan akan melakukan penelitian / meminta data dalam rangka pengerjaan tugas akhir :

Judul : **Transformasi Manajemen Humas: Penguatan Institutional Branding Melalui Konten Visual dalam Merespons Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan di Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin**

Lama riset : **08 April 2026 s.d 08 Juni 2026**

Dengan ini kami memohon perkenan izin dan bantuan seperlunya untuk kerpeluan dan kelancaran penelitian.
Demikian surat ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, sebelum dan sesudahnya diucapkan terimakasih.

Banjarmasin, 08 April 2026
Direktur,



Mujiburrahman.

Lampiran 8 : Surat Keterangan Selesai Riset



SURAT KETERANGAN

Nomor : 006/Eks/Pend/YS-UKH/V/2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : **Dr. H. Khairani, M.Pd.I.**
 NIPY : 198007182003101022
 Jabatan : Direktur Pendidikan Yayasan
 Nama Yayasan : Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : **Fikri Haekal Akbar**
 NIM : 240211030091
 Tempat, Tanggal Lahir : Kotabaru, 22 Desember 2002
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Universitas : UIN Antasari Banjarmasin
 Program Studi : S-2 Manajemen Pendidikan Islam
 Semester : IV (empat)

telah melaksanakan kegiatan riset pada Bagian Humas dan IT Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan dalam rangka penyusunan tesis dengan judul:

Transformasi Manajemen Humas: Penguatan Institusional Branding melalui Konten Visual dalam Merespons Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan di Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Kegiatan penelitian tersebut dilaksanakan pada tanggal 16 April dan 23 April 2026, dan telah diselesaikan dengan baik.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Mei 2026
 Direktur Pendidikan Yayasan,


YAYASAN UKHUWAH
 BANJARMASIN
Dr. H. Khairani, M.Pd.I.

Jalan Lingkar Dalam Selatan RT 28 RW 02
 Pemurus Baru, Banjarmasin Selatan
 Banjarmasin 70249

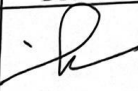
E: ysukhuwah@gmail.com

www.situkhuwah.sch.id



Berkualitas dan Mandiri

Lampiran 9 : Catatan Konsultasi Bimbingan Tesis

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI			
BIMB. KE	TGL	CATATAN PEMB. I	PARAF DOSEN
1	7/3/2026	- Kisi-kisi Pedoman penelitian - Indikator empiris dikembangkan ke pedoman - Fokus penelitian dimasukkan kejin teori - Rancangan pedoman penelitian - Keabsahan data bukan validitas data (kualitatif) - Angket dibuat semi terstruktur tertutup	
2.	9/4/2026	Langsung turun riset	
3.	13/5/2026	Perbaiki Bab IV Tabel dimasukkan di pengisian data	
4.	10/5/2026	Seminar Hasil disyorkan	

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI

BIMB. KE	TGL	CATATAN PEMB. II	PARAF DOSEN
1	12/3/2026	- cek sumber Komoro (2012) dan Nugraha (2021) jika digunakan, tambahkan catatan kaki, jika tidak ditemukan, ganti dengan sumber terverifikasi - latar belakang terlalu panjang dengan Pengelakan argumen-argumen urgeni Konten visual, ringkaskan saja - Referensi Andry Roy PS tidak relevan dengan konteks konsumen Pendidikan Jati dilengkap - Lengkapi sumber database Kemendiknas yang pakai situs/url - Cari sumber primer Abspot (Chelab) - Perbaiki Subjek dan TP & postika konsisten metodologinya	     
2.	17/3/2026	Langsung Saya riset	
3	²⁰ 16 /6/2026	ACC	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Fikri Haekal Akbar
2. NIM : 240211030091
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Kotabaru, 22 Desember 2002
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Pekerjaan : Freelance
6. Jenis Kelamin : Laki-Laki
7. Agama : Islam
8. Alamat : Desa Batuah Kecamatan Kusan Hilir,
Kabupaten Tanah Bumbu
9. Alamat Email : fikrihaekalakbar@gmail.com
10. Pendidikan
 - a. TK Pertiwi IV Banua Lawas, Kabupaten Tabalong (2008)
 - b. MIS Al-Ikhlas Pagaruyung, Kabupaten Tanah Bumbu (2009-2014)
 - c. SMP Negeri 2 Kusan Hilir (2014-2017)
 - d. Madrasah Aliyah Negeri Tanah Bumbu (2017-2020)
 - e. S-1 Pendidikan Agama Islam UIN Antasari Banjarmasin (2020-2024)
 - f. S-2 Manajemen Pendidikan Islam UIN Antasari Banjarmasin (2024 – sekarang)
11. Pengalaman Organisasi
 - a. Staf Kementerian Advokasi DEMA UIN Antasari Banjarmasin 2021-2022.
 - b. Anggota Biro Pengembangan & Penalaran IPTEK PMII Rayon Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari 2021-2022.
 - c. Staf Departemen Kominfo Ikatan Mahasiswa Tanah Bumbu Kalimantan Selatan (IKMA TANBU) 2021-2022.
 - d. Anggota Komisi IV SEMA FTK UIN Antasari Banjarmasin 2022-2023.
 - e. Anggota Forum Nasional Senat Mahasiswa Tarbiyah Wilayah II Kalimantan 2022-2023.
 - f. Menteri Koordinator Politik, Advokasi dan Hukum DEMA UIN Antasari Banjarmasin 2023-2024
 - g. Ketua Bidang Kominfo PMII Komisariat UIN Antasari Banjarmasin 2023-2024.

- h. Ketua Biro Pengembangan Intelektual dan Eksplorasi Teknologi PC PMII Kota Banjarmasin 2024-2025.
- i. Ketua Komunitas FC Mobile Indonesia Regional Kalimantan Selatan 2024-2025.

12. Prestasi Akademik

- a. Medali Perunggu Karya Inovasi “Bidang Literasi Inovasi Teknologi” Olimpiade Agama, Sains dan Riset Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (OASE PTKI) ke-II di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- b. Medali Emas “Bidang Sejarah” Kompetisi Sains Indonesia Merdeka (KOSMIK) Tingkat Mahasiswa se-Indonesia 2023.
- c. Medali Emas “Bidang Sejarah” *Indonesian Advance Science Competition* (IASC) 2025.
- d. Juara I *Fun Eco Writing* “Persimpangan Jalan Konservasi” WALHI Kalimantan Selatan 2025.
- e. Juara 2 Esai Kategori Mahasiswa S2/S3 Tingkat Nasional, *Center for Transdisciplinary and Sustainability Sciences* Institut Pertanian Bogor (IPB) University 2025.
- f. Juara 1 Pekan Menulis “Belajar dari Pesisir” Redaksi suara.com 2025.

13. Prestasi Non-akademik

- a. Juara I Lomba Desain Profil Ulama Banjar HIMMAH UIN Antasari 2021.
- b. Juara III Lomba Video Content Creative Competition Tingkat Nasional, HME Politeknik Negeri Banjarmasin 2022.
- c. Juara I Sayembara Logo Resmi Forum Nasional Senat Mahasiswa (FORNASSETA) Wilayah II Kalimantan 2022.
- d. Juara I Sayembara Logo KONKOORCAB XXIV PKC PMII Kalimantan Selatan 2022.
- e. Juara I Cabang Desain Poster PORSENI HMJ PAI UIN Antasari Banjarmasin 2022.

14. Daftar Karya Ilmiah :

- a. *Kula Baapung*: Inovasi Pemesanan Transportasi *Kelotok* Berbasis Aplikasi pada Wisata Pasar Terapung Kalimantan Selatan (OASE PTKI II UIN Jakarta, 2023)
- b. *Masukkiri*: Pewarisan Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Tradisi Sastra Lisan Bugis Pagatan (Banjarmasin: Antasari Press, 2024)

- c. Integrasi Nilai Budaya dan Ekologis pada Tenun Pagatan sebagai Praktik Konsumsi dan Produksi Berbasis *Local Wisdom* di Kabupaten Tanah Bumbu (Esai Center for Transdisciplinary and Sustainability Sciences, Institut Pertanian Bogor, 2025)
- d. Konsep Sedekah Jariyah Ekologis: Analisis Nilai-Nilai Pelestarian Lingkungan dalam '*Tunjuk Ajar Melayu*' dan Relevansinya bagi Masyarakat Siak, Provinsi Riau (The 7th APCOMS, 2025)
- e. The Symbolism of Halal Label: A Critical Review of the Tension between Bureaucratic Formality and Consumer Spirituality (The 7th APCOMS, 2025)
- f. Public Preference for Channeling Zakat Directly to Tuan Guru: Challenges for Optimizing BAZNAS's Role in Balangan Regency, South Borneo (The 7th APCOMS, 2025)
- g. Masukiri Tradition As A Means of Internalizing Islamic Educational Values in The Bugis Community of Pagatan, Tanah Bumbu (CARITA: Jurnal Sejarah dan Budaya, Vol. 4 No. 1, Desember 2025) <https://doi.org/10.35905/carita.v4i1.14648>
- h. Language Assessment Anxiety: Exploring Social and Cultural Factors in Indonesian University Students (International Journal of Second and Foreign Language Education, Vol. 4, No. 2, Desember 2025) <https://doi.org/10.33422/ijsfle.v4i2.1136>
- i. Spiritual Leadership as a Strategic Approach to Mitigating Teacher Burnout in High-Demand Educational Environments (Journal of Islamic Management and Education (JIME), Vol. 1, No. 2, Desember 2025)
- j. Kerjasama Antar Badan Perwakilan dalam Akses Pendidikan Islam (Online Research Repository ResearchGate, May 2026) <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24394.32964>
- k. Pelaksanaan Supervisi Pendidikan Islam Pada Sekolah, Madrasah dan Pondok Pesantren (Online Research Repository ResearchGate, May 2026) <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14026.53447>
- l. Permasalahan dalam Manajemen Informasi dan Basis Data dalam Tata Kelola di Lembaga Pendidikan Islam (Online Research Repository ResearchGate, May 2026) <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21995.71200>
- m. Mengubah Pendidikan Indonesia: Mendobrak Birokrasi, Budaya, dan Realita (Tanah Bumbu: Ardi Karya Aksara, 2026)

Banjarmasin, 25 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Haekal' followed by a stylized flourish or initial.

Fikri Haekal Akbar