

**AKTIVITAS HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN  
SEKOLAH MELALUI *DIGITAL MARKETING* DI SMK  
FARMASI IKASARI KOTA PEKANBARU**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**THESSY NABELLA**  
**NIM. 11940322047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2023**

- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**AKTIVITAS HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN SEKOLAH MELALUI  
DIGITAL MARKETING DI SMK FARMASI IKASARI KOTA PEKANBARU**

Disusun Oleh:

**THESSY NABELLA**  
NIM. 11940322047

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 10 Juli 2023

Pembimbing,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1004

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1004



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

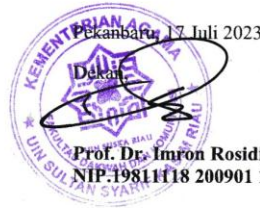
Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Thessy Nabella  
NIM : 11940322047  
Judul : Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Senin  
Tanggal : 17 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP.19811118 200901 1 006

**Tim Penguji**

Ketua Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si  
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Mardhiat Rubani, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,

Febby Amelia Trisakti, M.Si  
NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,

Rohayati, S.Sos., M.LKom  
NIP. 19880801 202012 2 018

- a. Penguitan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Penguitan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL**

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : THESSY NABELLA  
 NIM : 11940322047  
 Judul : AKTIVITAS HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN SEKOLAH  
 MENENGAH KEJURUAN (SMK) FARMASI IKASARI KOTA PEKANBARU

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
 Tanggal : 20 Februari 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Februari 2023

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

Penguji II,

  
Rohavati, M.I.Kom  
 NIP. 19880801 202012 2 018

  
Rusyda Fauzana, M.Si  
 NIP. 19840504 201903 2 011

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbarayak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Thessy Nabella  
NIM : 11940322047  
Tempat/ Tgl. Lahir : Dumai, 18 Februari 2000  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* :

**“AKTIVITAS HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN SEKOLAH MELALUI  
DIGITAL MARKETING DI SMK FARMASI IKASARI KOTA PEKANBARU”**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya :

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
- Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 Juli 2023  
Yang membuat pernyataan



**THESSY NABELLA**  
NIM. 11940322047

*\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 10 Juli 2023

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
 di-  
 Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabbarokatullah.*  
 Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan arahkan, okeks dalam perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudda:

Nama : Thessy Nabella  
 NIM : 11940322047  
 Judul Skripsi : Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui  
*Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
 NIP. 19810313 201101 1 004

Mengetahui :  
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
 NIP. 19810313 201101 1 004

## ABSTRAK

: **Thessy Nabella**  
: **Ilmu Komunikasi**  
: **Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

Diera digitalisasi saat ini, pelaksanaan promosi sekolah dapat dilakukan dengan mudah melalui *digital marketing* guna mendapatkan perhatian dan ketertarikan calon peserta didik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dalam mempromosikan sekolah melalui *digital marketing*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru menerapkan lima komponen bauran promosi (*promotion mix*) untuk mempromosikan sekolah secara digital ke masyarakat, diantaranya adalah periklanan melalui brosur dan poster digital yang berisi informasi penerimaan peserta didik baru, dan pembuatan konten-konten iklan promosi sekolah yang disebarluaskan ke media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube dan Website. Promosi Penjualan dengan memberikan potongan harga dan gratis biaya pendaftaran. Penjualan personal dengan memperkenalkan program BMW (Bekerja, Melanjutkan, Wirausaha) dan menjual produk sekolah yaitu Brandis kepada masyarakat. Hubungan masyarakat melalui kerjasama dengan DU/DI dan para alumni serta publikasi kegiatan-kegiatan sekolah di media sosial. Pemasaran langsung melalui promosi sekolah secara personal kepada keluarga, kerabat, atau orang-orang terdekat guru dan pegawai sekolah dengan menggunakan aplikasi Whatsapp yang lebih sering digunakan.

**Kata Kunci : Promosi, *Digital Marketing*, Media Sosial**



1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name : Thesy Nabella**  
**Department : Communication Science**  
**Title : Public Relations Activities in Promoting Schools through Digital Marketing at SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru City**

In the current era of digitalization, the implementation of school promotion can be done easily through digital marketing to get the attention and interest of prospective students. This study aims to determine the public relations activities of SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru in promoting schools through digital marketing. The method used in this study is a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results of this study show that the public relations of SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru City applies five promotion mix components to promote schools digitally to the community, including advertising through brochures and digital posters containing information on the acceptance of new students, and the creation of school promotional advertising content that is disseminated to social media such as Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube and Website. Sales Promotion by giving discounts and free registration fees. Personal sales by introducing the BMW (Work, Continue, Entrepreneur) program and selling the school's Brandis product to the public. Public relations through cooperation with DU/DI and school alumni as well as publication of school activities on social media. Direct marketing through personal school promotion to family, relatives, or people closest to teachers and school employees using the Whatsapp application that is more often used.

**Keywords : Promotion, Digital Marketing, Social Media**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sholawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru” dengan sebaik-baiknya. Adapun tujuan skripsi ini dibuat adalah untuk mencapai gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari dukungan serta bantuan berbagai pihak. Penulis mengabdikan ucapan penghargaan dan terima kasih kepada orang tua yang penulis cintai yaitu ayahanda Eriyadi dan ibunda Santi Suarni yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis. Terima kasih kepada adik yang tersayang Tarisha Nadira dan seluruh keluarga yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang tak hentinya memberikan dukungan, nasihat, dan motivasi kepada penulis. Serta semangat dari teman-teman yang selalu membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan ketulusan hati dan senang hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M. Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd dan Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M. A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M. A selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Toni Hartono, M. Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, S. P, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Artis, S. Ag., M. I. Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Intan Kemala, S. Sos, M. Si selaku Penasehat Akademik. Terima kasih telah membimbing dan memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
10. Bapak Dr. Muhammad Badri, S. P, M. Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, kritik, dan arahan serta bersedia meluangkan waktu selama proses penyelesaian skripsi dengan sebaik-baiknya. Terima kasih banyak Bapak telah membantu penulis dan memberikan kemudahan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selama proses bimbingan. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala dari amal jariyah.

11. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dan seluruh staff dan karyawan yang sudah memberikan pelayanan layak kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Bapak Endria Erman, S. Si, selaku Kepala Sekolah SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang telah mengizinkan penelitian dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung oleh penulis terkait penelitian ini.
13. Bapak Taupit Hidayat, S. Si, Apt, selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung terkait penelitian ini.
14. Bapak Rolimarta, S. T, selaku Guru Kelas dan Tim Promosi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung terkait penelitian ini.
15. Bapak Mawardi dan Ibu Sukmawaty selaku Orang Tua Murid SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung terkait penelitian ini.
16. Terima kasih kepada Nasya Dwi Rahayu dan Muhadi Atmawinata, selaku peserta didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai langsung oleh penulis terkait penelitian ini.
17. Terima kasih kepada Yusri Zawaldi, yang telah berjasa membantu dan menemani suka duka penulis dalam melakukan penelitian ini. Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, dan do'a kepada penulis.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

18. Terima kasih kepada sahabat seperjuanganku, Meuthia Nabila, Ahmad Safi'i Nasution, Tia Ramadhani Riswana, Putri Yulyani, Vera Chaerunnisa, Syarifah Aini, Fatwisina Purba, Sarah Anifah, Dianda Ramadhanti, Rane Ramadhani, Aprialisa Arlendo, Nadia Hanifa Q.A, Ilham Wahyudi, Dewi Herlina, Tarisa Putri A.L, Fadila Rahmi, Tania Natasyah Ayu, Al Furqan, Muhammad Iqbal, Rahmad Ivo Bayu R., Idil Akbar, Ikhwan Fashli, Renol Alfarisi, yang sudah membersamai penulis dalam keadaan senang maupun susah selama masa perkuliahan.
19. Terima kasih kepada Pimpinan dan seluruh Crew Suska Tv yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan bakat dan minat di bidang Reporter/Presenter.
20. Terima kasih untuk teman-teman Ilkom-D angkatan 2019, Public Relations C, dan orang-orang yang penulis temukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah memberikan kesan yang baik di masa perkuliahanku.
21. Terima kasih kepada teman-teman KKN Desa Kopah 2022, Aprihya Ariska, Elisya Febriyanti, Yusri Zawaldi, Adela Zulianti, Kania Larasati, Sindi Hilwa Faradisa, Khairunnisa Fitri, Faquita Indri, Helmi Naldo, Said Nanda Saputra, M. Bani Pratama, dan Ambrizal, yang telah menjadi keluarga baru penulis selama 2 bulan simulasi rumah tangga.
22. Dan terakhir, terima kasih banyak untuk diriku sendiri yang sudah kuat dan tidak menyerah dalam memperjuangkan mimpi-mimpi yang ingin diwujudkan. Terima kasih untuk setiap usaha yang dilakukan dan sabar dalam setiap proses yang dilalui. Ada banyak mimpi yang harus digapai, terus berjuang dan jadilah orang yang lebih baik lagi.

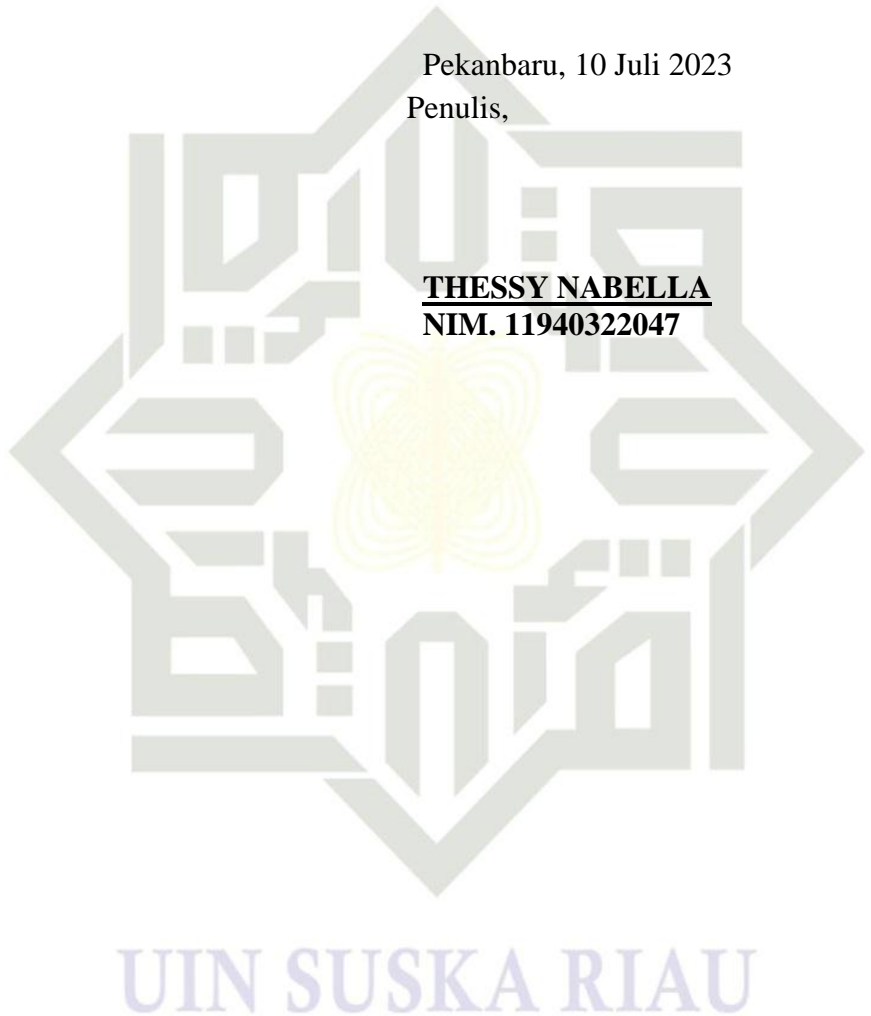
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis



memohon maaf atas ketidaksempurnaan ini karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari segala pihak. Semua masukan akan menjadi motivasi bagi penulis untuk dapat berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Pekanbaru, 10 Juli 2023  
Penulis,

**THESSY NABELLA**  
**NIM. 11940322047**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Kajian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Humas dalam Lembaga Pendidikan .....	14
2.2.2 Promosi .....	24
2.2.3 Digital Marketing .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	32
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.3 Sumber Data Penelitian .....	33
3.4 Informan Penelitian .....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6 Teknik Analisis Data .....	35
3.7 Validitas Data .....	36



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
1 Sejarah Singkat SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	38
2 Profil atau Identitas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	40
3 Gambar Logo SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	41
4 Visi dan Misi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	42
5 Tujuan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	43
6 Sarana dan Prasarana SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	44
7 Sumber Daya Manusia di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru ....	45
8 Struktur Organisasi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
5.1 Hasil Penelitian.....	52
5.2 Pembahasan .....	65
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
6.1 Kesimpulan.....	79
6.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip, sebarkan atau seluruhnya tanpa izin tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Data Jumlah Peminat Siswa SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru .....	3
Informan Penelitian .....	33
Kepala Sekolah SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	40
Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	40
Sarana dan Prasarana SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	45
Tenaga Pendidik SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru.....	47
Tenaga Kependidikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	50
Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	51
Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru Berdasarkan Jurusan.....	51

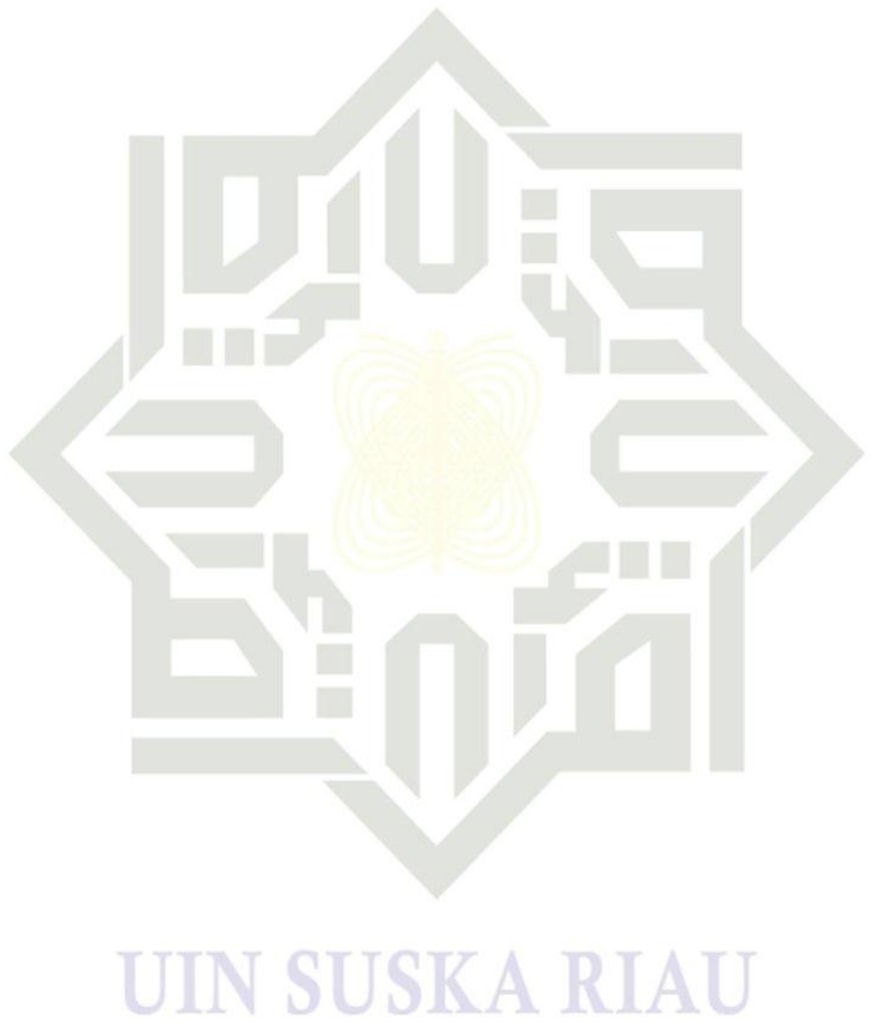


## DAFTAR GAMBAR

<p>© Hak Cipta milik UIN Suska Riau          State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang          1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan melakukan atau melakukan secara langsung atau tidak langsung dengan cara apapun dan dengan alat atau media apa pun.          a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.          b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.          2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<table border="0"> <tr> <td>Gambar 1.1</td> <td>Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Gambar 2.1</td> <td>Kerangka Pemikiran .....</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>Gambar 4.1</td> <td>SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>Gambar 4.2</td> <td>SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Gambar 4.3</td> <td>Logo Sekolah .....</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>Gambar 4.4</td> <td>Struktur Organisasi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.1</td> <td>Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.2</td> <td>Website SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....</td> <td>67</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.3</td> <td>Facebook SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>67</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.4</td> <td>Brosur Digital .....</td> <td>69</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.5</td> <td>Brosur Digital di <i>Instagram</i>.....</td> <td>69</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.6</td> <td><i>Youtube</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.7</td> <td>Poster PPDB <i>Online</i> .....</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.8</td> <td><i>Launching</i> Produk Brandis .....</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.9</td> <td>Produk Brandis .....</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.10</td> <td>Fasilitas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>74</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.11</td> <td>Publikasi Kegiatan Sekolah .....</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.12</td> <td><i>Stakeholder</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.13</td> <td>Testimoni Alumni .....</td> <td>76</td> </tr> <tr> <td>Gambar 5.14</td> <td>Grafik Data Peserta Didik Baru .....</td> <td>78</td> </tr> </table>	Gambar 1.1	Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	4	Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	31	Gambar 4.1	SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	38	Gambar 4.2	SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	39	Gambar 4.3	Logo Sekolah .....	42	Gambar 4.4	Struktur Organisasi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	52	Gambar 5.1	Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	66	Gambar 5.2	Website SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	67	Gambar 5.3	Facebook SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	67	Gambar 5.4	Brosur Digital .....	69	Gambar 5.5	Brosur Digital di <i>Instagram</i> .....	69	Gambar 5.6	<i>Youtube</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	70	Gambar 5.7	Poster PPDB <i>Online</i> .....	71	Gambar 5.8	<i>Launching</i> Produk Brandis .....	72	Gambar 5.9	Produk Brandis .....	73	Gambar 5.10	Fasilitas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	74	Gambar 5.11	Publikasi Kegiatan Sekolah .....	75	Gambar 5.12	<i>Stakeholder</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	75	Gambar 5.13	Testimoni Alumni .....	76	Gambar 5.14	Grafik Data Peserta Didik Baru .....	78
Gambar 1.1	Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	4																																																											
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	31																																																											
Gambar 4.1	SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	38																																																											
Gambar 4.2	SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	39																																																											
Gambar 4.3	Logo Sekolah .....	42																																																											
Gambar 4.4	Struktur Organisasi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	52																																																											
Gambar 5.1	Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	66																																																											
Gambar 5.2	Website SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.....	67																																																											
Gambar 5.3	Facebook SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	67																																																											
Gambar 5.4	Brosur Digital .....	69																																																											
Gambar 5.5	Brosur Digital di <i>Instagram</i> .....	69																																																											
Gambar 5.6	<i>Youtube</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	70																																																											
Gambar 5.7	Poster PPDB <i>Online</i> .....	71																																																											
Gambar 5.8	<i>Launching</i> Produk Brandis .....	72																																																											
Gambar 5.9	Produk Brandis .....	73																																																											
Gambar 5.10	Fasilitas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	74																																																											
Gambar 5.11	Publikasi Kegiatan Sekolah .....	75																																																											
Gambar 5.12	<i>Stakeholder</i> SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru .....	75																																																											
Gambar 5.13	Testimoni Alumni .....	76																																																											
Gambar 5.14	Grafik Data Peserta Didik Baru .....	78																																																											

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini setiap individu dituntut harus siap untuk menghadapi segala tantangan dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di era digitalisasi. Oleh karena itu, untuk tercapainya tujuan pembangunan bangsa, maka setiap individu maupun masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki dan memanfaatkan dengan baik serta menjadi bekal untuk menghadapi kemajuan teknologi yang semakin berkembang. Upaya dalam menciptakan sumber daya yang berkualitas tersebut dapat ditempuh melalui jalan pendidikan.

Sekolah yang merupakan lembaga pendidikan, menjadi tempat proses pendidikan berlangsung dan tempat terjadinya proses transfer ilmu pengetahuan. Sekolah sangat berperan besar dan penting dalam menciptakan kualitas sumber daya manusia yaitu peserta didik. Namun, kualitas dari sebuah lembaga pendidikan juga diperlukan untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Maka dari itu, butuh kerja sama dari semua pihak terutama peran masyarakat dalam mendukung dan mewujudkan sebuah lembaga pendidikan yang berkualitas.

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah jembatan penghubung antara sekolah dan masyarakat. Humas merupakan salah satu bagian dari substansi administrasi pendidikan yang terdapat didalam lembaga pendidikan atau sekolah dan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan masyarakat untuk mengelola serta membina hubungan baik antara pihak internal maupun eksternal di lembaga pendidikan.<sup>1</sup>

Promosi merupakan salah satu aktivitas humas di sekolah untuk melakukan interaksi atau hubungan antara masyarakat dengan lembaga pendidikan sehingga masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui perkembangan suatu lembaga pendidikan. Promosi yang dimaksud adalah

---

<sup>1</sup>B. Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relations)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 18.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktivitas yang dilakukan humas di sekolah untuk menjangkau khalayak sekolah, membangun lingkungan internal sekolah yang peduli, serta menciptakan kesadaran dari upaya sekolah untuk memenuhi keinginan dan harapan masyarakat. Meskipun kata promosi lebih dikenal dalam dunia bisnis atau pemasaran, tetapi makna dari kata promosi adalah bagaimana lembaga pendidikan seperti sekolah yang dapat memberikan persepsi-persepsi positif mengenai lembaga pendidikan secara internal maupun eksternal kepada publik atau masyarakat sehingga hubungan yang harmonis dapat terjalin dengan baik.<sup>2</sup>

Di era digitalisasi saat ini, upaya untuk mempromosikan sekolah dapat dilakukan melalui *digital marketing* yang merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan berbagai media berupa *blog, website, e-mail, adwords*, dan berbagai platform digital lainnya.<sup>3</sup> Dalam hal ini, humas dapat memperkenalkan sekolah, mempromosikan program-program pendidikan, menginformasikan kegiatan sekolah, serta membangun hubungan dengan calon siswa dan orang tua, sehingga interaksi yang dilakukan dapat lebih efektif dan mencapai audiens lebih luas.

Selain itu, *digital marketing* juga membantu humas sekolah dalam membangun citra positif dan menjalin hubungan harmonis dengan calon siswa dan orang tua. Dengan menyampaikan konten yang relevan dan bermanfaat secara konsisten, humas dapat membangun kepercayaan dan reputasi yang baik dalam komunitas online. Mereka dapat berbagi cerita sukses siswa, kegiatan sekolah, prestasi akademik, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Melalui hubungan masyarakat digital, humas dapat menyoroti keunggulan sekolah dan memperkuat identitas merek sekolah. Ini membantu menciptakan persepsi positif di kalangan calon siswa dan orang tua, yang dapat meningkatkan minat mereka untuk memilih sekolah tersebut.

<sup>2</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan “Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?”* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 156.

<sup>3</sup> Ridwan Sanjaya and J Tarigan, *Creative Digital Marketing* (Jakarta: Elex Media Computindo, 2019).





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari observasi awal yang penulis lakukan, SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru adalah salah satu contoh sekolah yang telah memaksimalkan peran humas dengan baik sebagai bagian dari manajemen sekolah. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan jumlah peminat siswa yang mendaftar di sekolah tersebut selama 3 tahun terakhir. Bahkan, saat pandemi *Covid 19* melanda Indonesia juga tidak mempengaruhi jumlah peminat siswa yang ingin mendaftar di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Peminat Siswa SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru**

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Peminat Siswa Per Tahun
1.	2020/2021	240
2.	2021/2022	327
3.	2022/2023	337

*Sumber Data : Arsip SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru*

Berdasarkan hasil riset yang ada pada tabel diatas, menunjukkan bahwa adanya kenaikan jumlah peminat siswa selama tiga tahun berturut-turut. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun ajaran 2021/2022 yaitu selisih 87 orang lebih banyak dibandingkan dengan tahun ajaran sebelumnya. Jumlah peminat siswa yang mendaftar di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru tetap mengalami peningkatan, walaupun wabah *Covid 19* melanda Indonesia di tahun 2020 yang mengharuskan sistem pembelajaran dilakukan secara daring atau *online*. Ini menandakan bahwa promosi sekolah yang dilakukan oleh humas melalui *digital marketing* dapat menjangkau khalayak lebih luas terhadap informasi mengenai sekolah, sehingga tidak terjadi penurunan jumlah peminat siswa yang ingin bersekolah di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 1.1 Instagram SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**  
 Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023

Seperti yang dapat dilihat pada gambar diatas merupakan salah satu akun media sosial sekolah yang aktif digunakan yaitu *instagram* dengan 4.567 jumlah pengikut dan 798 konten yang diunggah. Melalui media sosial tersebut, masyarakat dapat melihat dan mengetahui informasi seputar fasilitas, kegiatan dan keunggulan sekolah yang dapat menjadi daya tarik masyarakat untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

Tak hanya itu, SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru berbeda dengan sekolah umum lainnya, karena sekolah ini mengutamakan kemampuan dan keterampilan peserta didik berdasarkan kompetensi keahlian dibidang kesehatan dan menjadi salah satu sekolah yang tertua di Kota Pekanbaru serta letak lokasi sekolah yang jauh dari pusat kota. Maka disinilah pentingnya aktivitas humas dalam mempromosikan sekolah melalui *digital marketing* agar dapat dikenal luas oleh masyarakat terutama di kalangan para calon peserta didik.

Dengan demikian, manfaat dari penelitian ini yaitu dapat mengetahui bagaimana aktivitas humas dalam menyusun strategi dan kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan melalui *digital marketing* demi mendapatkan kepercayaan masyarakat bahwa SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru adalah sekolah yang bermutu, berkualitas dan melahirkan lulusan yang nantinya dapat menjadi tenaga kerja berkompeten sesuai bidang keahliannya. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan judul penelitian tentang “**Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah Melalui Digital Marketing di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**”.

## 1.2 Penegasan Istilah

### 1. Aktivitas

Aktivitas diartikan sebagai segala bentuk kegiatan, keaktifan dan kesibukan.<sup>4</sup> Aktivitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat sebagai langkah upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan sekolah.

### 2. Humas

Humas atau hubungan masyarakat adalah suatu hubungan yang dibentuk antara masyarakat dengan organisasi yang bertujuan untuk membentuk suatu citra atau penciptaan opini positif dari masyarakat terhadap organisasi terkait. Humas merupakan suatu rangkaian kegiatan berupa kampanye atau program terpadu yang berlangsung secara teratur dan berkesinambungan.<sup>5</sup> Humas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bidang kehumasan yang terdapat di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dalam mempromosikan sekolah tersebut. Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada aktivitas yang dilakukan oleh humas sekolah sebagai strategi untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru kepada pihak internal maupun eksternal.

### 3. Promosi

Menurut Frazier Moore, promosi adalah peristiwa atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan pengakuan atau dukungan tentang diri seseorang, produk maupun lembaga.<sup>6</sup> Adapun promosi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu upaya atau kegiatan yang dilakukan oleh bidang kehumasan dan warga sekolah dalam

<sup>4</sup> Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008, 32.

<sup>5</sup> M. Linggar Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 2.

<sup>6</sup> H. Frazier Moore, *Humas : Membangun Citra Dengan Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 5.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru kepada masyarakat.

#### 4. Digital Marketing

*Digital Marketing* adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari *digital marketing* adalah mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah lain dari *digital marketing* adalah *online marketing* atau *internet marketing*. *Digital marketing* sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan (*tools*).<sup>7</sup>

#### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* yang dilakukan oleh Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas humas dalam mempromosikan sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

#### 1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat berguna baik secara teori maupun praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Secara teori :
  - a. Sekolah : Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang peran dan aktivitas humas dalam promosi sekolah melalui *digital marketing*, sehingga dapat meningkatkan efektivitas promosi.

<sup>7</sup>Andy P W, Jefry A M, and Aniek I, *Digital Marketing* (Malang: PT. Literindo Berkah Karya, 2020), 11.



- b. Humas : Mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola promosi sekolah melalui *digital marketing*.
  - c. Calon Siswa / Orang Tua : Memperoleh informasi yang lebih mudah diakses dan menarik tentang sekolah melalui *digital marketing*.
2. Secara praktis : diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna secara akademik dengan menyediakan wawasan baru tentang aktivitas humas dalam promosi sekolah melalui *digital marketing* dan menjadi bahan rujukan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan tema yang berkaitan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I

#### PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II

#### TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan tentang kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pemikiran.

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

### BAB IV

#### GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, visi dan misi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, dan struktur SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

### BAB V

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan atau analisa hasil penelitian.

### BAB VI

#### PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi penelitian agar lebih baik lagi kedepannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

#### PAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas humas dalam mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru. Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi bahan perbandingan dan kajian peneliti. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dan berkaitan dengan fokus yang akan ditinjau kembali oleh peneliti yakni :

1. Siti Cintokosari & Nadia Sasmita Wijayanti (2020), dengan judul penelitian “*Strategi Humas Dalam Mempromosikan dan Membangun Citra Tiga SMK di Kulon Progo*”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan informan penelitian yang berjumlah 6 orang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan humas dalam promosi sekolah dan membangun citra sekolah. Penelitian yang dilakukan peneliti di tiga sekolah swasta di Kulon Progo disebabkan karena sekolah tersebut kurang diminati oleh masyarakat. Selama 4 tahun terakhir terjadi penurunan animo masyarakat terhadap ketiga sekolah tersebut, karena kurangnya fasilitas sekolah dibandingkan dengan sekolah negeri lainnya. Sehingga adanya kekhawatiran masyarakat terhadap prospek kedepan dari lulusan sekolah tersebut.<sup>8</sup>
2. Zamroni Arief dkk (2022), dengan judul penelitian “*Strategi Humas SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam dan memperoleh bagaimana humas melakukan strategi dalam meningkatkan reputasi sekolah agar dapat terus bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya dan tetap mempertahankan reputasi sekolahnya. Jenis penelitian ini adalah

---

<sup>8</sup> S Cintokosari and N Sasmita Wijayanti, “Strategi Humas Dalam Mempromosikan Dan Membangun Citra Tiga (3) Smk Di Kulon Progo,” *E-Journal Student UNY* 5, no. 3 (2020).



deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori strategi humas oleh *Cutlip Center* mengenai identifikasi masalah, merencanakan program, melakukan kegiatan dan evaluasi program.<sup>9</sup>

3. Novia Setia R. & Syunu T. (2021), dengan judul penelitian “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Network Marketing*”. Peneliti pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dengan menganalisa 10 artikel nasional, 10 artikel internasional dan 18 buku. Hasil penelitian ini yaitu penerapan 7 unsur pemasaran melalui media sosial sekolah, perlu adanya jaringan pemasaran agar lembaga pendidikan mudah mendapatkan pelanggan (peserta didik) dan melakukan strategi pemasaran humas guna memperoleh kepuasan pelanggan sehingga target peserta didik di sekolah dapat tercapai.<sup>10</sup>
4. Ayu Rizky dkk (2020), dengan judul penelitian “*Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Kegiatan Humas*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah dalam program kegiatan hubungan masyarakat dengan sekolah atau humas. Lokasi penelitian ini dilakukan di SMA Panjura Kota Malang dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah dapat ditingkatkan melalui publikasi keunggulan sekolah. Tak hanya itu, publikasi yang dilakukan sekolah juga sangat efektif karena adanya peningkatan jumlah minat peserta didik. Adapun

<sup>9</sup> Z Arief and N Sumarah, “Strategi Humas SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah,” *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 2022, <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/965>.

<sup>10</sup> Novia Setia R. and Syunu T., “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Dimasa Pandemi Covid-19 Melalui Network Marketing,” *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 09 Nomor 0 (2021): 532–50.





desain promosi yang dilakukan melalui event sekolah, membuat situs atau website sekolah, membagikan spanduk, brosur, dan penawaran beasiswa.<sup>11</sup>

5. Febriyanti dkk (2022), dengan judul penelitian “*Peran Humas Dalam Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MA Almu’awanah Pamulutan Ogan Ilir*”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan pada penelitian ini terdiri dari Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas, Kepala Sekolah, dan Staf Humas. Dalam penelitian ini, peran humas dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan sudah berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan adanya partisipasi semua pihak dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan. Kemudian komunikasi antar semua pihak dilakukan secara efektif dan mendapatkan *feedback*. Terakhir adalah evaluasi yang diadakan setiap akhir kegiatan melalui pertemuan atau rapat rutin.<sup>12</sup>
6. Intan Fadillah dkk (2022), dengan judul penelitian “*Peran Humas Dalam Meningkatkan Promosi dan Citra di Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Persatuan Amal Bakti 2 Helvetia*”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan data yang dikumpulkan melalui observasi ke lapangan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehumasan di madrasah sudah menjalankan perannya dengan baik, hanya saja humas mengalami kesulitan dalam mempromosikan kegiatan madrasah karena adanya keterbatasan untuk melakukan kegiatan dimasa pandemi. Adapun cara untuk mengatasi kendala

<sup>11</sup> Ayu Rizky et al., “Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Programkegiatan Humas,” *Seminar Nasional - Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang*, 2020, 13–20.

<sup>12</sup> Febriyanti et al., “Peran Humas Dalam Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA Almu’awanah Pamulutan Ogan Ilir,” *EQIEN-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 1 (2022): 467–71.



tersebut yaitu humas dapat memposting atau membagikan dokumentasi kegiatan virtual madrasah ke sosial.<sup>13</sup>

7. M. Imam Khaudli dkk (2022), dengan judul penelitian “*Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi*”. Pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan mutu lembaga pendidikan sebagai pengembangan kualitas sekolah agar lebih unggul dan diminati oleh masyarakat. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh Waka Humas yaitu melalui program mengajar PPL bagi kelas unggulan ke SD/MI di Banyuwangi dan melaksanakan promosi melalui media sosial sekolah seperti Website, Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube serta menyediakan layanan informasi mengenai kualitas pendidikan di MTs Al-Amiriyyah.<sup>14</sup>
8. Nurul Novitasari dkk (2022), dengan judul penelitian “*Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022*”. Alasan peneliti dalam memilih lokasi penelitian tersebut dikarenakan adanya manajemen humas dan strategi pemasaran pendidikan yang berkualitas setiap tahunnya untuk memikat para pengguna jasa pendidikan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 peran manajemen humas di lembaga tersebut yaitu membuat program-program lembaga, mempublikasikan program-program sekolah dan menjadi mediator antara lembaga sekolah dengan masyarakat. Kemudian strategi

Intan Fadillah, Nursapia Harahap, and Rina Devianty, “Peran Humas Dalam Meningkatkan Promosi Dan Citra Di Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Persatuan Amal Bakti 2 Helvetia,” *JIPDAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 1, no. 1 (2022): 66–74.

Muhammad Imam Khaudli, Muh. Dimiyati, and Ahmad Kanzul Farizi, “Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi,” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)* 4, no. 2 (2022): 266–81.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kamir Riau

humas dalam meningkatkan kualitas promosi meliputi tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.<sup>15</sup>

9. Basuki Budiyatmo & Ade Iriani (2022), dengan judul penelitian “*Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik*”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang terjadi di SMP Kristen Krida Wacana Sragen yaitu penurunan jumlah peserta didik pada 5 tahun terakhir. Hal ini disebabkan karena rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut sehingga masyarakat lebih memilih bersekolah di tempat lain. Untuk itu, peneliti pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur-unsur bauran pemasaran dalam membangun citra sekolah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan 7 unsur bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.<sup>16</sup>
10. Rudi Trianto (2020), dengan judul penelitian “*Aktivitas Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Pemasaran SD Luqman Al-Hakim Surabaya*”. Permasalahan pada penelitian ini diawali dengan adanya persaingan ketat dalam pemasaran sekolah swasta dengan sekolah negeri. Salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat lebih memilih sekolah negeri adalah mahal nya biaya pendidikan di sekolah swasta, sehingga orang tua peserta didik yang ekonominya kurang mampu cenderung menyekolahkan anaknya ke sekolah negeri. Oleh karena itu, peneliti pada penelitian ini berupaya untuk mengetahui aktivitas atau kegiatan humas di sekolah tersebut dalam melakukan pemasaran kepada masyarakat. Hasil penelitian

Nurul Novitasari, Nur Lailatul Fitri, and Ati Ni'matur Rohmah, “Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di TK Dharma Wanita Snggahan Tuban TP . 2021 / 2022,” *JECED : Journal of Early Childhood Education and Development* 4, no. 2 (2022): 129–42.

Basuki Budiyatmo and Ade Iriani, “Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik,” *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan*, no. 2 (2022).





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memaparkan bahwa aktivitas humas di sekolah tersebut meliputi dokumentasi dan publikasi serta penyampaian informasi mengenai keunggulan sekolah di sosial media. Kemudian strategi humas dalam pemasaran pendidikan adalah penyebaran brosur, promosi dari mulut ke mulut, dan menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan lainnya.<sup>17</sup>

Adapun yang menjadi perbedaan antara penelitian yang berkaitan sebelumnya dengan penelitian ini adalah pemilihan lokasi penelitian di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru sebagai salah satu sekolah kejuruan yang bergerak di bidang kesehatan. Penelitian ini akan fokus terhadap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan humas untuk membentuk kepercayaan dan persepsi positif masyarakat terhadap SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dengan melakukan promosi melalui *digital marketing* yang menggunakan konsep Bauran Promosi (*Promotion Mix*) oleh Philip Kotler & Kevin Lane Keller di buku yang berjudul “Manajemen Pemasaran”.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Humas dalam Lembaga Pendidikan

Humas atau hubungan masyarakat merupakan suatu fungsi atau bidang tertentu yang ada pada suatu organisasi atau lembaga, seperti lembaga pendidikan. Kehadiran humas di era sekarang ini tidak dapat dihindari lagi, karena humas menjadi penentu terhadap keberlangsungan suatu lembaga atau organisasi secara positif.

#### a. Pengertian Humas dalam Lembaga Pendidikan

Menurut *The British Institute of Public Relation*, pengertian humas adalah :

1. *Public Relation activity is management of communication between an organization and publics* (aktivitas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya)

<sup>17</sup> Rudi Trianto, “Aktivitas Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pemasaran SD Luqman Al-Hakim Surabaya,” *An-Nida’ : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2020.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. *Public Relation practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public* (praktisi humas adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun, serta menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya).<sup>18</sup>

Pengertian humas menurut Ibnu Syamsi adalah bentuk kegiatan organisasi yang berupaya menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat agar masyarakat sadar dan sukarela untuk mendukungnya.<sup>19</sup>

Sementara itu, Onong U. Effendi mengemukakan bahwa *Public Relation* adalah kegiatan yang berupa perencanaan untuk memelihara, membina, dan menciptakan sikap pribadi yang menyenangkan bagi 2 pihak yaitu organisasi dan publik, dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan luas secara timbal balik.<sup>20</sup>

Humas adalah suatu elemen yang menumbuhkan hubungan baik antara segenap bagian pada suatu organisasi atau lembaga untuk memberikan pengertian, menumbuhkan partisipasi dan motivasi. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan kemauan baik (*good will*) dan pengertian dari publiknya serta menciptakan opini publik yang menguntungkan atau memperoleh kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik.<sup>21</sup>

Humas merupakan aktivitas yang merangkum keseluruhan komunikasi secara terencana dan dilakukan didalam maupun diluar, antara organisasi dengan semua khalayak yang berlandaskan saling pengertian dan mencapai tujuan-tujuan organisasi.<sup>22</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa humas atau hubungan masyarakat adalah suatu kegiatan yang

18. Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 16.

19. Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relations)*, 12–14.

20. Sri Minarti, *Manajemen Sekolah : Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Jakarta: Ar-Ruza Media, 2016), 282.

21. Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam : Konsep, Strategi Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Teras, 2009), 144.

22. Zainal M. and Muhibudin Wijaya L., *Manajemen Public Relation : Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 46.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilaksanakan oleh suatu lembaga seperti sekolah, guna menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat agar dapat mendorong minat dan ketertarikan serta dalam memajukan sekolah. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pengertian, kepercayaan serta dukungan masyarakat kepada sekolah secara sukarela.

### **b. Peran dan Tujuan Humas dalam Lembaga Pendidikan**

Peranan humas yang terdapat dalam buku Manajemen Isu oleh Prayudi yang dikembangkan oleh *Glen M. Broom* dan *G.D Smith* dibedakan menjadi dua, yakni :

#### 1. Peran Teknisi Komunikasi (*Communication Technician Role*)

Praktisi humas yang mempunyai keahlian di bidang komunikasi dan jurnalistik seperti menulis, produksi audio visual, desain grafis, pengeditan serta produksi pesan yang dibutuhkan dalam melaksanakan program humas. Biasanya praktisi humas ini memegang peranan penting dalam suatu organisasi, dimana humas membuat *relation* kepada media mengenai organisasi yang mengutamakan model humas informasi publik atau keagenan pers.

#### 2. Peran Manajer Komunikasi (*Communication Manager Role*)

Secara sistematis, praktisi humas membuat perencanaan dan mengatur program humas pada organisasi, dengan memberikan saran atau masukan kepada manajemen perusahaan dan menyusun kebijaksanaan humas serta mengadakan evaluasi kerja atau penelitian secara teratur. Praktisi humas memiliki wewenang yang diberikan oleh pihak manajemen untuk mengelola sendiri kegiatannya.<sup>23</sup>

Selanjutnya, peran humas di lembaga pendidikan menurut Zulkarnain Nasution yaitu :

- a. Membina hubungan harmonis kepada publik eksternal (diluar lembaga pendidikan) dan hubungan publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan).

<sup>23</sup> Prayudi, *Manajemen Isu : Pendekatan Public Relations* (Yogyakarta: Pustaka Adipura, 2008), 18



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Hassan Riau

- b. Membangun komunikasi dua arah kepada publik internal dan eksternal dengan menyebarkan pesan dan informasi serta publikasi terhadap hasil penelitian berbagai kebijakan yang ditetapkan oleh pimpinan.
- c. Menganalisis dan mengidentifikasi berbagai permasalahan atau suatu opini, baik yang terdapat di masyarakat maupun di lembaga pendidikan.
- d. Berkemampuan mendengar aspirasi-aspirasi atau keinginan yang ada pada masyarakat.
- e. Bersikap terampil dan mampu menerjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.<sup>24</sup>

Adapun menurut Rosady Ruslan mengemukakan bahwa terdapat empat peran utama humas atau hubungan masyarakat yakni sebagai berikut :

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara lembaga atau organisasi yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu upaya untuk membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peranan *back up management*, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *public relation* yang berupaya untuk menciptakan citra bagi organisasi atau lembaga.<sup>25</sup>

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat dipahami bahwa peran humas dalam lembaga pendidikan adalah sebagai komunikator atau penghubung antara sekolah sebagai lembaga pendidikan dengan masyarakat dan berupaya untuk membangun citra dan menciptakan pandangan positif masyarakat terhadap sekolah serta dapat melakukan kerja sama demi terjalannya hubungan yang harmonis.

<sup>24</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2010), 4.

<sup>25</sup> Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 10.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan bentuk terjadinya proses komunikasi antara sekolah dan masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan opini positif dari masyarakat atau publik terhadap lembaga pendidikan serta melakukan kerja sama yang saling menguntungkan melalui hubungan yang harmonis dengan publik, baik hubungan ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal).

Tujuan dari hubungan sekolah dengan masyarakat menurut Mulyasa yakni :

- a. Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan peserta didik.
- b. Memperkokoh tujuan dan meningkatkan kualitas hidup serta penghidupan masyarakat.
- c. Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.<sup>26</sup>

Hubungan sekolah dan masyarakat dapat digolongkan menjadi tiga jenis hubungan, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Hubungan Edukatif

Merupakan hubungan kerja sama yang dilakukan antara guru di sekolah dengan orang tua didalam keluarga dalam hal mendidik murid. Hubungan ini bertujuan agar tidak adanya perbedaan prinsip yang mengakibatkan keraguan pendirian dan sikap anak didik.

#### 2. Hubungan Kultural

Merupakan hubungan kerja sama antara kehidupan di sekolah dan kehidupan di dalam masyarakat untuk saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat yang berada di sekitar sekolah.

#### 3. Hubungan Institusional

Merupakan hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga lain atau instansi resmi baik pemerintahan maupun swasta, seperti hubungan kerja sama sekolah dengan perusahaan negara atau dengan

2004).  
E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,



sekolah-sekolah lain, yang pada umumnya berkaitan tentang perkembangan dan perbaikan pendidikan sekolah.<sup>27</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan humas dalam lembaga pendidikan adalah untuk meningkatkan kualitas lembaga pendidikan seperti sekolah berdasarkan hubungan baik dengan masyarakat yang dapat dilakukan melalui hubungan edukatif, kultural dan institusional.

### c. Ruang Lingkup Tugas Humas

Humas pada suatu organisasi memiliki ruang lingkup tugas antara lain:

#### 1. Membina hubungan ke dalam (internal)

Yaitu publik menjadi bagian dari suatu unit lembaga atau organisasi. Humas diharapkan mampu mengidentifikasi persoalan yang dapat menimbulkan gambaran negatif dari masyarakat sebelum dilaksanakannya kebijakan oleh lembaga atau organisasi.

#### 2. Membina hubungan ke luar (eksternal)

Yaitu usaha humas atau hubungan masyarakat dalam menumbuhkan sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga atau organisasi.<sup>28</sup>

Sedangkan yang menjadi tugas pokok humas dalam lembaga pendidikan yakni :

- a. Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya.
- b. Membantu pimpinan dalam bertugas yang tidak dapat memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat atau pihak lain yang memerlukannya.
- c. Membantu pimpinan dalam mempersiapkan bahan-bahan mengenai permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu.

Mohamad Mustari, *Manajemen Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 158.  
Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, 23.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- d. Melaporkan tentang pikiran atau opini yang berkembang dalam masyarakat mengenai masalah pendidikan.
- e. Membantu kepala sekolah sebagaimana usaha untuk memperoleh bantuan dan kerja sama.
- f. Menyusun rencana untuk mengetahui cara memperoleh bantuan guna memajukan pelaksanaan pendidikan.<sup>29</sup>

Berikut kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yakni :

- Mengatur hubungan sekolah dengan orang tua murid.
- Memelihara hubungan baik dengan dewan pendidikan dan komite sekolah.
- Mengembangkan dan memelihara hubungan sekolah dengan lembaga-lembaga pemerintah, swasta, dan organisasi sosial.
- Memberikan pengertian kepada masyarakat mengenai fungsi sekolah melalui bermacam-macam teknik komunikasi.<sup>30</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa hubungan masyarakat dalam tugasnya terdapat usaha untuk menjalin dan menjaga hubungan harmonis suatu lembaga dengan publik sehingga dapat meningkatkan perkembangan suatu lembaga atau organisasi melalui persepsi positif dari masyarakat atau publik. Tercapainya hubungan harmonis ini tentunya mengarah kepada pihak internal dan eksternal dari lembaga tersebut.

#### **d. Aktivitas Humas di Sekolah**

Aktivitas atau kegiatan humas menurut B. Suryosubroto dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut :<sup>31</sup>

1. Kegiatan Eksternal

<sup>29</sup>Mustari, *Manajemen Pendidikan*, 157.

<sup>30</sup>Minarti, *Manajemen Sekolah : Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*, 285.

<sup>31</sup>Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relations)*, 26-



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adalah kegiatan yang selalu ditunjukkan dan dihubungkan kepada masyarakat atau publik di luar sekolah. Ada dua kegiatan yang dapat dilakukan oleh humas, antara lain :

- a. Secara langsung (tatap muka), contohnya yaitu kegiatan rapat bersama dengan komite, melayani kunjungan tamu, melakukan konsultasi dengan tokoh masyarakat, dan lain sebagainya.
- b. Secara tidak langsung, seperti kegiatan yang menghubungkan dengan masyarakat melalui alat perantara pada media tertentu, contohnya melalui televisi, media cetak, radio, penerbitan majalah dan pameran.

## 2. Kegiatan Internal

Merupakan kegiatan publisitas ke dalam yang sasarannya adalah warga sekolah seperti para siswa, para guru, dan para tenaga administrasi (tata usaha). Kegiatan ini terdiri dari dua bagian yaitu :

- a) Secara langsung
  - 1) Upacara sekolah
  - 2) Rapat dewan guru
  - 3) Penjelasan lisan diberbagai kesempatan
  - 4) Karyawisata atau rekreasi bersama
- b) Secara tidak langsung
  - 1) Penggunaan papan pengumuman sekolah
  - 2) Penggunaan surat edaran untuk penyampaian informasi
  - 3) Penerbitan buletin untuk dibagikan kepada warga sekolah
  - 4) Penyelenggaraan majalah dinding
  - 5) Pelaksanaan kegiatan tatap muka yang tidak bersifat rutin, seperti acara tutup tahun dan pentas seni
  - 6) Pemasangan iklan atau pengetahuan khusus melalui media massa pada saat tertentu.

Adapun beberapa pendapat yang telah dijelaskan diatas bahwa humas atau hubungan masyarakat di suatu sekolah sebagai lembaga pendidikan melakukan aktivitas dalam menjalin hubungan eksternal dan





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

internal. Hubungan eksternal adalah hubungan dengan pihak-pihak yang berada di luar sekolah seperti orang tua murid, masyarakat setempat, dan pemerintahan. Sedangkan hubungan internal sarannya adalah pihak-pihak yang terdapat di dalam lingkungan sekolah seperti siswa, guru dan karyawan. Humas dalam lembaga pendidikan berupaya menjalin hubungan internal maupun eksternal yang dilakukan melalui kegiatan secara langsung maupun tidak langsung.

#### e. Media Humas

Media dan alat yang digunakan humas dalam melakukan kegiatan dan publisitas pada umumnya terdiri dari dua jenis yaitu kata-kata lisan dan kata-kata tercetak. Adapun kata-kata lisan atau tidak tercetak (*the spoken word*) meliputi pertemuan atau rapat, konferensi, pameran, film, televisi, radio, *open house*, sandiwara dan wayang. Sedangkan kata-kata tercetak (*the printed word*) seperti surat kabar, poster, reklame, iklan, majalah, surat undangan, dan papan pengumuman. Namun, Soehardiman Yuwono mengemukakan bahwa media humas digolongkan menjadi tiga jenis yaitu, media audio, media visual dan media audio visual.<sup>32</sup>

Media dan alat kegiatan humas pendidikan di sekolah menurut B. Suryosubroto diklasifikasikan menjadi 3 bagian, antara lain :<sup>33</sup>

1. Bersifat Visual (Indra Penglihatan)
  - a. Surat undangan
  - b. Surat Kabar
  - c. Majalah dinding
  - d. Pameran sekolah
  - e. Foto peristiwa penting
  - f. Buletin
  - g. Papan pengumuman
  - h. Selebaran
  - i. Majalah sekolah

---

Suryosubroto, 32.  
Suryosubroto, 40–41.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- j. Pamflet, poster, spanduk
  - k. Buku, paper, kliping, laporan
  - l. Pakaian seragam
  - m. Lambang dan bendera
  - n. Kepramukaan
  - o. Piagam dan vandal
  - p. Pekan olahraga
2. Bersifat Audio (Indra Pendengaran)
    - a. Telepon
    - b. Radio
    - c. Pengeras suara
    - d. *Tape recorder*
    - e. Wawancara, tanya jawab, dan dengar pendapat
    - f. Kesenian dan alat-alatnya
  3. Bersifat Audiovisual (Indra Penglihatan dan Pendengaran)
    - a. Rapat
    - b. Diskusi dan seminar
    - c. Film dan televisi
    - d. Ceramah
    - e. Pertemuan dan musyawarah
    - f. Tarian
    - g. Kegiatan sosial masyarakat
    - h. Kunjungan ke rumah
    - i. Acara tutup tahun
    - j. Peringatan hari bersejarah
    - k. Sandiwara, wayang, dan ketoprak
    - l. Tamu undangan dan pawai serta karnaval

Jadi, berdasarkan pembahasan diatas dapat dipahami bahwa media dan alat yang digunakan humas di sekolah sebagai penunjang saat melakukan kegiatan ataupun publisitas, terdiri dari kata-kata lisan dan kata-kata tercetak. Kemudian media dan alat humas di lembaga pendidikan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga dapat dikelompokkan dalam tiga bagian, yakni media bersifat visual, audio, dan audiovisual.

## 2.2.2 Promosi

### a. Pengertian Promosi

Berikut beberapa pengertian promosi secara lebih terperinci menurut pendapat dari para ahli, antara lain :

1. Frazier Moore, promosi merupakan peristiwa-peristiwa atau aktivitas-aktivitas yang telah dirancang untuk mendapatkan dukungan dan pengakuan tentang diri seseorang, produk, lembaga atau organisasi.<sup>34</sup>
2. Buchari Alma, promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang organisasi dan produknya agar bersedia menerima, membeli, serta setia pada produk yang ditawarkan organisasi bersangkutan.<sup>35</sup>
3. Rambat Lupiyoadi, promosi adalah hal yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.<sup>36</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat dipahami bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi yang telah direncanakan secara fundamental untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan pengetahuan target sasaran, sehingga dapat mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi.

### b. Tujuan Promosi

<sup>34</sup> Moore, *Humas : Membangun Citra Dengan Komunikasi*, 5.

<sup>35</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: CV Alfabeta,

2007).

<sup>36</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan dari promosi yang biasa dilakukan oleh beberapa perusahaan dalam mendukung penjualan, diantaranya :<sup>37</sup>

1. Informasi; memberitahukan kepada pelanggan mengenai suatu produk dan menunjukkan keunggulan produk dibanding pesaingnya.
2. Membujuk; Membujuk sikap pelanggan untuk mau membeli dan seterusnya melakukan pembelian kembali terhadap produknya.
3. Pengingat; Mengingatkan kepada pelanggan tentang kepuasan yang telah diperoleh dari produk yang pernah dipilih dan dibelinya.

Tujuan promosi secara sederhana bisa dipersempit menjadi tiga jenis tujuan, yaitu:

- a. Memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru seperti menciptakan kebutuhan,
  - b. Mempengaruhi pelanggan untuk membeli merek orang lain,
  - c. Mengingatkan pelanggan tentang merek, yang termasuk memperkuat penetapan rancangan merek.
- c. Bauran Promosi (Promotion Mix)**

Bauran promosi (*promotion mix*) adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan maupun instansi. Unsur-unsur tersebut merupakan alat dari komunikator pemasaran perusahaan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Lima unsur yang membentuk komunikasi pemasaran disebut bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi, karena merupakan peralatan dari promosi. Alat-alat komunikasi yang dapat digunakan pada bauran promosi yaitu *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan personal), *sales promotion* (promosi penjualan), *direct marketing* (pemasaran langsung), dan *public relations* (hubungan masyarakat).<sup>38</sup>

Philip Kotler and Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009).  
Kotler and Keller.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1. Advertising

*Advertising* (periklanan) adalah semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Periklanan adalah komunikasi yang dibayar, yang digunakan untuk mengembangkan sikap, menciptakan kesadaran dan mengirimkan informasi untuk mendapatkan respons dari target pasar. Iklan dapat didefinisikan sebagai sebuah pengiriman pesan melalui suatu media yang dibayar sendiri oleh pemasang iklan. Iklan bisa membantu mencapai hampir semua sasaran komunikasi. Iklan merupakan sarana ampuh untuk membangun kesadaran konsumen. Iklan tentunya harus dapat membujuk, membangun reputasi, dan preferensi kondisi serta meyakinkan kepada pelanggan. Tujuan periklanan digolongkan berdasarkan tujuan utama yaitu menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan.<sup>39</sup>

### 2. Personal Selling

*Personal selling* (penjualan personal) adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Penjualan personal menggunakan komunikasi *person to person*, biasanya dilaksanakan oleh sales di bawah naungan manajer penjualan yang mempromosikan produk secara langsung pada pasar sasaran. *Personal selling* melibatkan interaksi secara langsung antara penjual dengan pembeli potensial. *Personal selling* merupakan alat yang paling efektif terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli. Alasannya adalah karena penjualan pribadi, jika dibandingkan dengan periklanan, memiliki beberapa manfaat tersendiri yaitu pertama, *personal selling* mencakup hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih. Kedua, *personal selling* memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan mulai dari hubungan penjualan sampai ke hubungan persahabatan.<sup>40</sup>

### 3. Sales Promotion

---

Kotler and Keller.  
Kotler and Keller.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Sales promotion* (promosi penjualan) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Didefinisikan sebagai arahan langsung dimana terjadinya peralihan nilai terhadap produk pada kekuatan penjualan, disistribusikan dengan tujuan utama terjadinya penjualan secara langsung. *Sales promotion* merupakan sebuah teknik yang memiliki potensi sangat signifikan untuk memperbaiki penjualan jangka pendek dan efektivitasnya pun dapat diukur. Penggunaan promosi penjualan bisa menimbulkan efek besar pada persepsi tentang merek. Sarana promosi penjualan utama meliputi sampel produk (sejumlah produk untuk dicoba), kupon (voucher yang memberikan penghematan kepada pembeli ketika mereka membeli produk tertentu), pengembalian tunai (pengurangan harga terjadi setelah pembelian), harga khusus (disebut juga pengurangan harga, menawarkan penghematan harga resmi produk kepada konsumen), premi (barang yang ditawarkan secara gratis atau pada harga murah sebagai insentif untuk membeli produk).<sup>41</sup>

#### 4. *Direct Marketing*

*Direct marketing* (pemasaran langsung) adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons langsung dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng – penggunaan surat langsung, telepon, televisi respons langsung, *email*, internet, dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu.<sup>42</sup>

#### 5. *Public Relations*

*Public Relations* (PR) atau hubungan masyarakat sebagai profesi yang berhubungan dengan masyarakat dengan sekelompok individu yang berjumlah banyak. Dalam hubungannya dengan masyarakat, public relations harus bisa membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dengan masyarakat serta memperoleh kepercayaan

---

Kotler and Keller.  
Kotler and Keller.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat.<sup>43</sup> Jadi, definisi public relation (PR) adalah kegiatan untuk menciptakan opini publik, kepercayaan, dan *good will* serta penetapan kebijaksanaan dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan secara terus menerus guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dengan masyarakat.

### 2.2.3 Digital Marketing

Menurut Chaffey (2002) di buku *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* yang disusun oleh Abdul Rauf dkk memaparkan bahwa pengertian *digital marketing* adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (*website, e-mail, data base, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya *blog, feed, podcast, dan jejaring sosial*) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.<sup>44</sup>

Adapun jenis-jenis *digital marketing* yaitu :<sup>45</sup>

#### 1. Website

Salah satu jenis dari *digital marketing* yaitu *website*. Jika diperhatikan, sudah banyak produk atau jasa yang sudah menggunakan *website*, sebagai sarana promosi dan memasarkan produknya di era digital. Selain sebagai sarana promosi dan memasarkan produk, melalui *website* pun konsumen dapat mencari dan melihat review tentang produk yang ingin dibeli. Berikut keuntungan menggunakan *website* :

- a. Menjadi media promosi yang mudah untuk diakses setiap saat, jadi dapat merespon permintaan kepada pencari (pengakses) selama 24 jam.
- b. Menyediakan informasi yang valid kepada pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk atau jasa
- c. Efisiensi yaitu menghemat biaya dan waktu pemasaran

Terence A Shimp, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014).

Abdul Rauf and dkk, *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi* (Cirebon: Insania, 2021), 5.

W, M, and I, *Digital Marketing*, 15–19.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. *Social Media Marketing*

*Social media marketing* adalah pemasaran menggunakan situs media sosial untuk meningkatkan visibilitas di internet dan untuk mempromosikan produk dan layanan. Situs media sosial berguna untuk membangun jejaring sosial dan bisnis. Melalui sosial media bisa menjadi jembatan untuk bertukar ide, pengetahuan, bahkan komunikasi antar pengguna. Kemunculan media sosial menciptakan pengakuan yang berkembang tentang pergeseran *push marketing* ke model percakapan yang mengarah pada keputusan pembelian pelanggan berdasarkan konten dari ulasan *blog*, pemberian tag, komentar akun dan lainnya.

## 3. *Search Engine* atau Mesin Pencarian

*Search engine* atau mesin pencari adalah jenis *website* yang khusus untuk mengumpulkan daftar *website* yang bisa ditemukan di internet dalam *data base* yang kemudian menampilkan daftar indeks ini berdasarkan kata kunci atau *keyword* yang dicari oleh *user*. *Search Engine* terbagi menjadi 2 yaitu SEO dan SEM.

SEM memudahkan dalam mengupayakan *website* bisa muncul di halaman pertama *google* maka kita dapat menggunakan dua kategori berikut:

- a. *Search Engine Marketing*, SEM bekerja dengan cara meningkatkan *visitability* dengan menggunakan periklanan dan optimasi dengan timbal balik berupa biaya.
- b. SEO merupakan upaya menaikkan *website* di halaman pertama *google* dengan strategi atau peletakan kata kunci artikel atau suatu konten. SEO biasanya memiliki dua komponen yaitu *page on page optimization* dan *off page optimization*.

## 4. *Email Marketing*

*Email marketing* adalah sebuah tindakan atau aktivitas mengirimkan pesan komersil seperti promo, penawaran produk, diskon, penawaran *membership* dan lain sebagainya kepada sekelompok orang dengan menggunakan media email. Memanfaatkan email untuk pemasaran

adalah salah satu strategi marketing yang sangat efektif dan murah. Meskipun demikian, *email marketing* tidak boleh dikirim secara sembarangan dan terus menerus. Sebelum mengirim email promosi produk akan lebih baik jika bagian marketing mencari tahu minat dan beberapa informasi penting berkaitan dengan penerima. Informasi tentang minat atau kesukaan dari *client* dapat ditemukan dari kumpulan email yang pernah mereka kirim ke *inbox* kita.

#### 5. Iklan Secara *Online*

Jenis *digital marketing* yang satu ini hampir sama dengan jenis iklan yang lainnya. Yaitu memanfaatkan platform *youtube* ataupun media lainnya. Namun, untuk memanfaatkan media periklanan secara *online* ini perlu mempersiapkan dana promosi terlebih dahulu. Keuntungan dari periklanan secara *online* yaitu pelaku UMKM dapat menargetkan target konsumen yang akan ditayangkan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



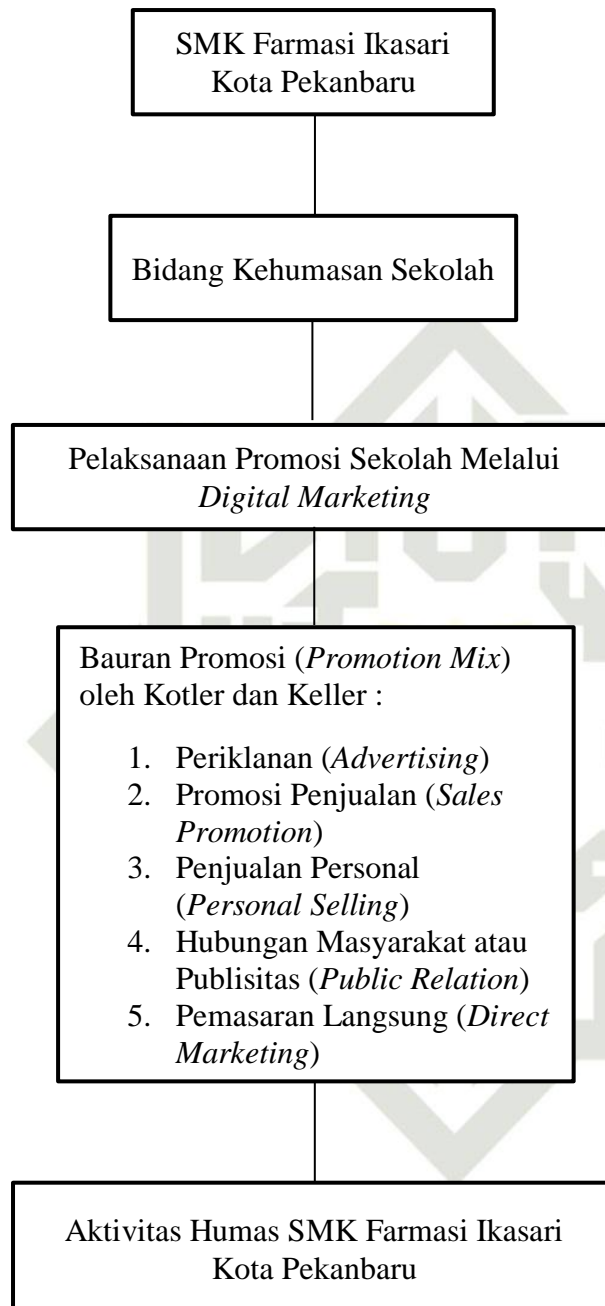
## 2.3 Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Sumber : Olahan Peneliti 2023



## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Definisi metode kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>46</sup> Metode ini digunakan dalam upaya untuk memahami dan memberikan analisis mengenai hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Penggunaan metode kualitatif ini diharapkan dapat terungkap gambaran tentang realitas sasaran penelitian, yaitu mengenai Aktivitas Humas dalam Mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMK Farmasi Ikasari yang beralamat di Jalan Bangau Sakti, Jalan Mawar No. 98, Simpang Baru, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Adapun alasan peneliti dalam memilih lokasi penelitian di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru adalah sekolah tersebut berbeda dengan sekolah umum lainnya, karena SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru merupakan sekolah kejuruan dengan bidang keahlian kesehatan dan program keahlian farmasi, sehingga menjadi sekolah yang minoritas di Kota Pekanbaru. Tak hanya itu, sekolah tersebut juga terletak sangat jauh dari pusat kota, maka disinilah pentingnya aktivitas humas dalam mempromosikan sekolah supaya dapat dikenal luas oleh masyarakat terutama di kalangan calon peserta didik. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk menjadikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru sebagai lokasi dalam penelitian ini yang akan dilakukan setelah seminar proposal berlangsung.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

---

2017).  
Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya,



### 3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data penelitian yang dikumpulkan, yakni :

- a. Data Primer, yaitu data pokok yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama atau sumber asli. Adapun data primer pada penelitian ini diperoleh dari Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas, Guru, dan Siswa di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru beserta Orang Tua siswa yang akan diteliti melalui wawancara.
- b. Data Sekunder, yaitu data pelengkap yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau sumber-sumber yang telah ada. Adapun data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian atau subyek penelitian adalah segala sesuatu yang berwujud seperti individu, benda ataupun organisme yang menjadi sumber informasi dalam pengumpulan data penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah pihak-pihak yang relevan dan memiliki kaitan dengan pembahasan mengenai topik penelitian yaitu orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan humas di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang dapat dipaparkan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Informan Penelitian**

No.	Nama	Jabatan/Posisi
1.	Endria Erman S.Si	Kepala Sekolah
2.	Taupit Hidayat S.Si, Apt	Wakil Kepala Sekolah Humas
3.	Rolimarta S.T	Guru dan Tim Promosi Sekolah
4.	Muhadi Atmawinata	Siswa
5.	Nasya Dwi Rahayu	Siswa
6.	Sukmawaty	Orang Tua Siswa
7.	Mawardi	Orang Tua Siswa

Sumber : Olahan Peneliti 2023



### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang diperlukan untuk memperoleh data-data penelitian, yaitu :

#### a. Observasi

Observasi adalah teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung suatu perilaku individu dan interaksi pada setting penelitian.<sup>47</sup> Dengan demikian observasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang akan diteliti. Observasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipatif, yaitu pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap suatu kelompok tanpa ikut menjadi anggota dalam kelompok. Dalam teknik observasi non partisipatif ini, peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh narasumber. Hal ini disebabkan karena peneliti bukan termasuk guru atau staf di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, sehingga peneliti hanya sebagai pengamat independen dengan mencatat, menganalisis dan membuat kesimpulan mengenai fakta di lapangan.

Adapun objek observasi pada penelitian ini dapat berupa kondisi fisik sekolah, bangunan sekolah serta sarana dan prasarana sekolah. Selain itu, objek lain yang akan diobservasi adalah rencana susunan program kerja sekolah, media humas dan media komunikasi.

#### b. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah teknik pengumpulan data atau informasi dengan mengadakan tanya jawab yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>48</sup> Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini maka peneliti akan memberi beberapa pertanyaan yang terstruktur secara formal kepada informan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengadakan wawancara dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bagian Kehumasan, dan Staf Humas di SMK Farmasi

Moleong.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 57.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ikasari Kota Pekanbaru. Menurut peneliti informan tersebut lebih mengetahui bagaimana pelaksanaan humas di sekolah serta program-program yang dilaksanakan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data yang berupa tulisan, gambar atau karya-karya maupun catatan peristiwa atau kegiatan yang sudah berlalu. Adapun dokumen yang akan dianalisis oleh peneliti untuk mendapatkan data penelitian adalah profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, program manajemen humas di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, peraturan-peraturan tertulis dan data-data lain terkait dengan fokus penelitian. Nantinya, data-data dari dokumentasi ini berguna untuk menguatkan dan melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Menurut Bogdan, hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel jika data didukung dengan sejarah pribadi, karya tulis akademik, foto-foto dan seni yang telah ada.<sup>49</sup>

### 3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang melalui tiga tahap dalam menganalisa data kualitatif, meliputi:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses dalam penyederhanaan data dengan memilih hal-hal pokok yang relevan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, banyaknya jumlah data penelitian akan disederhanakan atau dipilih sesuai dengan penelitian, kemudian data tersebut dapat lebih mudah untuk dianalisis. Reduksi data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara mengolah data yang sudah dikumpulkan dari lapangan, selanjutnya akan dirangkum dan dipilih hal-hal penting dan membuang data-data yang tidak dibutuhkan. Data yang telah direduksi tentunya dapat memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta temik UIN Suska Riau  
Sateh Islami University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah melakukan penyajian data-data dengan cara menguraikan data yang sudah diolah kedalam uraian singkat ataupun berbentuk bagan. Dalam melakukan penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi dan dapat membuat rencana kerja berikutnya setelah adanya pemahaman terhadap data-data yang diperoleh.

#### c. Verifikasi Data

Langkah berikutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data yang dilakukan dengan cara membuat rangkuman dari *display* data supaya data tersebut memiliki sebuah makna. Verifikasi data pada penelitian ini dilakukan dengan mengambil rangkuman dari hasil data yang diperoleh dari lapangan, baik dari data pada penemuan awal maupun data yang didapat dalam *display* data.<sup>50</sup>

### 3.7 Validitas Data

Validitas data disebut juga keabsahan data yang membuktikan hasil pengamatan yang peneliti lakukan sesuai dengan kenyataan dan penjelasan yang disajikan juga sesuai dengan kebenaran yang terjadi.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan perbandingan hasil wawancara antara informan satu dengan informan lainnya untuk pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian.<sup>52</sup>

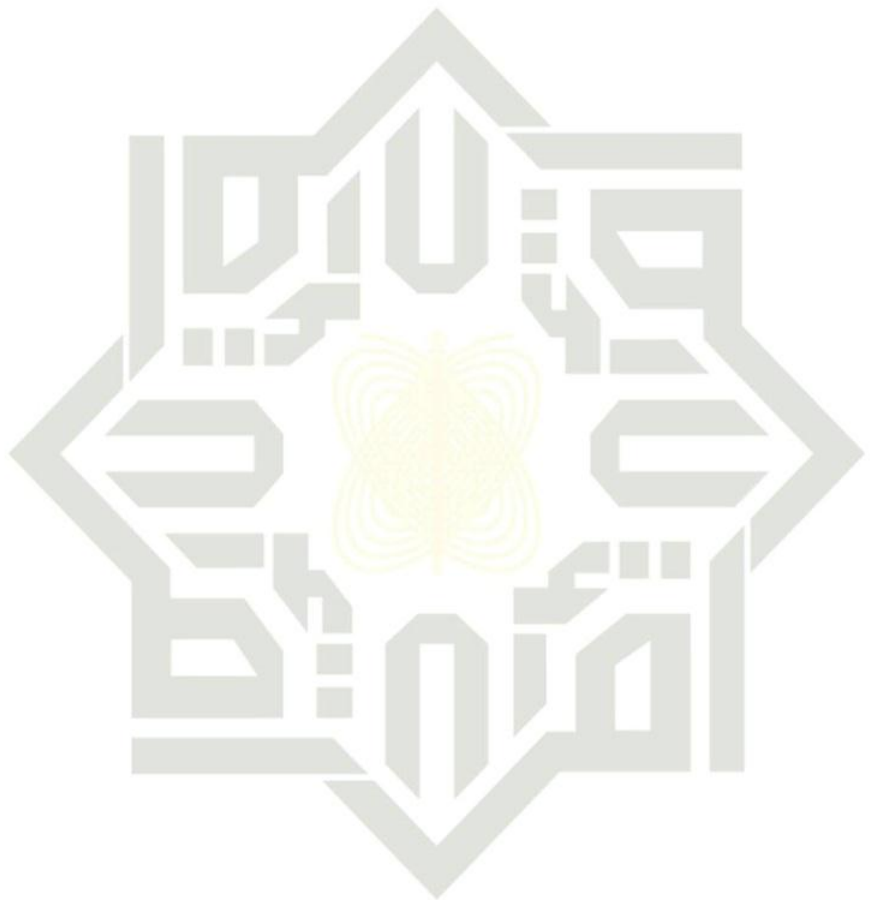
Teknik triangulasi data ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dengan menggunakan berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, dokumen, hasil observasi atau juga dapat dilakukan dengan wawancara lebih dari satu subjek penelitian yang dianggap

<sup>50</sup> Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Sleman: PT. Kanisius, n.d.).

<sup>51</sup> Lexy J. Moleong, *Prosedur Penelitian* (Bandung: PT. Rineka Cipta, 2004), 330–331.

<sup>52</sup> Rahmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 74.

memiliki sudut pandang yang berbeda. Pada penelitian ini penulis akan melakukan pengecekan kembali terhadap temuan data yang diperoleh dari berbagai sumber terkait dengan pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* oleh Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### 4.1 Sejarah Singkat SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



**Gambar 4.1 SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti 2023*

SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru merupakan sekolah yang dikelola di bawah naungan yayasan Universitas Riau. Sekolah milik swasta ini didirikan pada 02 November 1962 dengan bidang keahlian kesehatan dan program keahlian farmasi. Awalnya sekolah ini bernama Sekolah Asisten Apoteker (SAA) yang beralamat di Jalan Pattimura No. 9 Pekanbaru. Namun, pada tahun 1983 Sekolah Asisten Apoteker berubah menjadi Sekolah Menengah Farmasi (SMF). Kemudian pada tahun 2006 mengalami perubahan kembali dengan nama yang dikenal sampai saat ini yaitu Sekolah Menengah Kejuruan Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang memiliki akreditasi A (Amat Baik) dan berlokasi di Jalan Bangau Sakti / Mawar No. 98, Simpang Baru, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Riau.<sup>53</sup>

Sumber : *website* SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru; <https://smkfikasari.sch.id/> diakses pada 16 Juni 2023.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.2 SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

*Sumber : Dokumentasi Peneliti 2023*

SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru mempunyai luas lahan lebih kurang 52.600 m<sup>2</sup> (5,2 ha) dan 11.781 m<sup>2</sup> (1.1 ha) dimana telah digunakan untuk pengembangan sarana fisik lebih kurang 25.000 m<sup>3</sup>. Saat ini SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru memiliki tiga program keahlian yaitu :<sup>54</sup>

- a. Teknologi Farmasi, merupakan program keahlian pertama yang sudah ada sejak tahun 1962 saat sekolah ini didirikan dan sampai saat ini memiliki jumlah peserta didik terbanyak dibandingkan dengan program keahlian yang lain.
- b. Teknik Kimia Industri, merupakan program yang didirikan sejak tahun 2011 dengan tujuan untuk melahirkan lulusan SMK yang dibutuhkan di DU/DI sebagai pengembangan institusi dalam memberikan jawaban kepada masyarakat.
- c. Teknik Laboratorium Medik, merupakan program keahlian analisis kesehatan yang didirikan sejak tahun 2014 dengan menghasilkan lulusan SMK sebagai asisten tenaga kesehatan yang bisa bekerja di laboratorium kesehatan seperti di Rumah Sakit ataupun laboratorium yang membantu dokter untuk mendiagnosa suatu penyakit.

Sumber : *website* SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru; <https://smkfikasari.sch.id/> diakses pada 16 Juni 2023.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun nama-nama pimpinan yang pernah menjabat sebagai Kepala Sekolah SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Kepala Sekolah SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

No.	Nama	Tahun Ajaran
1.	DR. Tjan Kian Seng	1962 - 1964
2.	Drs. Siahaan	1965 - 1965
3.	Drs. P. Humawan	1965 - 1966
4.	Drs. A Handojo N	1966 - 1972
5.	Drs. Djawar Achmad Karib, SKM	1972 - 1973
6.	Drs. A Handojo N	1973 - 1983
7.	Drs. Subardi Bali	1983 - 2007
8.	Syafrullah Jadid, S.Pd	2008 - 2017
9.	Endria Erman, S.Si	2017 - sekarang

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

#### 4.2 Profil atau Identitas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

**Tabel 4.2**  
**Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

Identitas Sekolah			
1	Nama Sekolah	:	SMKS FARMASI IKASARI PEKANBARU
2	NPSN	:	10404458
3	Jenjang Pendidikan	:	SMK
4	Status Sekolah	:	Swasta
5	Alamat Sekolah	:	Jl. Bangau Sakti/Mawar No. 98 Panam
	RT / RW	:	3 / 8
	Kode Pos	:	28293
	Kelurahan	:	Simpang Baru
	Kecamatan	:	Tampan
	Kabupaten/Kota	:	Kota Pekanbaru
	Provinsi	:	Riau
	Negara	:	Indonesia
6	Posisi Geografis	:	Lintang : 0,4773 Bujur : 101,3717
Data Pelengkap			
7	SK Pendirian Sekolah	:	62983/Pend
8	Tanggal SK Pendirian	:	1961-06-01
9	Status Kepemilikan	:	Yayasan
10	SK Izin Operasional	:	420/Bid.Dikmen.2/VIII/2016/8665
11	Tgl SK Izin Operasional	:	2016-08-25





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12	Nomor Rekening	:	1343800173
13	Nama Bank	:	Bank Riau Kepri
14	Rekening Atas Nama	:	SMKS FARMASI IKASARI
15	NPWP	:	952448082216000
<b>Kontak Sekolah</b>			
16	Nomor Telepon	:	07618417175
17	Nomor FAX	:	07618417176
18	Email	:	<a href="mailto:smkf.ikasari@yahoo.com">smkf.ikasari@yahoo.com</a>
19	Website	:	<a href="http://smkfikasari.sch.id">http://smkfikasari.sch.id</a>

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

### 4.3 Gambar Logo SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



**Gambar 4.3 Logo Sekolah**

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Seperti yang terlihat pada gambar diatas merupakan logo SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru yang dapat didefinisikan sebagai berikut

#### 1. Gelas Piala dan Ular Kobra

Gelas dan ular melambangkan orientasi pada nilai-nilai kefarmasian terhadap penemuan senyawa obat baru. Lambang ular menandakan bahwa bisa ular yang beracun dapat menjadi obat jika ditempatkan dalam sebuah gelas (takaran) yang tepat.

#### 2. Bhakti Husada

- a. Palang merah melambangkan pelayanan kesehatan.

Sumber : Arsip SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Palang merah yang terletak di dalam bunga wijayakusuma melambangkan tujuan pembangunan kesehatan sesuai dengan Sistem Kesehatan Nasional.
  - c. Bunga wijayakusuma yang ditopang oleh lima kelopak daun berwarna hijau melambangkan Pancakarya Husada yaitu penjabaran makna pembangunan kesehatan.
  - d. Bunga wijayakusuma dengan lima daun mahkota berwarna putih dan kelopak daun berwarna hijau melambangkan pengabdian luhur.
3. Buku  
Buku yang menjadi dasar kaki gelas menunjukkan bahwa farmasi berlandaskan pada nilai-nilai pendidikan. Posisi buku yang terbuka melambangkan bahwa para anggotanya harus terus belajar dan menimba ilmu demi kekokohan farmasi dan instansi.
  4. Segi Lima  
Bentuk segi lima melambangkan bahwa SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945.

#### 4.4 Visi dan Misi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

##### 1. Visi

“Menjadi Sekolah Kejuruan dengan Kompetensi Unggul, Profesional dan Mandiri di Tingkat Nasional Berlandaskan IPTEK dan MTAQ”<sup>56</sup>

##### 2. Misi

- a. Menciptakan lingkungan sekolah yang intelektual, agamis dan dinamis
- b. Menempatkan dan menjadikan SDM (Tenaga Pendidik dan Kependidikan) sebagai model yang memiliki kompetensi keahlian, profesional dan tauladan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Melaksanakan proses pembelajaran tuntas, bermutu yang bersinergi dengan kebutuhan dan perkembangan IPTEK di DU/DI
- d. Melaksanakan komunikasi terbuka tenaga pendidik dan kependidikan dalam memberikan pelayanan prima kepada peserta didik dan masyarakat
- e. Mengembangkan mutu kelembagaan dan manajemen berbasis informasi dan teknologi (IT)
- f. Menjalin kerjasama dengan DU/DI, orang tua dan masyarakat<sup>57</sup>

#### 4.5 Tujuan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

1. Tujuan Umum :
  - a. Mempersiapkan peserta didik yang berkualitas guna menjalani kehidupan secara layak
  - b. Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
  - c. Membentuk karakter peserta didik agar menjadi warga negara yang mandiri dan bertanggung jawab
  - d. Mempersiapkan peserta didik agar dapat memahami dan menghargai keanekaragaman budaya bangsa Indonesia
  - e. Menciptakan peserta didik yang dapat menerapkan dan memelihara hidup sehat, memiliki wawasan lingkungan, pengetahuan dan seni<sup>58</sup>
2. Tujuan Khusus :
  - a. Menjadikan peserta didik sebagai warga negara yang aktif, kreatif, inovatif, dan adaptif yang bersinergi dengan IPTEK dan IMTAQ
  - b. Membekali peserta didik agar mampu berkarier, ulet dan gigih berkompetensi di DU/DI serta mampu mengembangkan sikap

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- profesional sebagai tenaga farmasi tingkat menengah (Asisten Apoteker)
- c. Menghasilkan tenaga farmasi tingkat menengah (Asisten Apoteker) yang mampu bekerja terhadap sistem pelayanan kesehatan, khususnya di bidang farmasi
  - d. Lulusan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru diharapkan mampu bekerja sebagai pelaksana tenaga farmasi tingkat menengah (Asisten Apoteker) di bidang farmasi maupun dalam pelayanan kesehatan seperti proses produksi dan distribusi, administrasi, pengawasan dan penyuluhan kepada masyarakat
  - e. Mempersiapkan peserta didik yang memiliki ilmu pengetahuan dan paham teknologi agar mampu mengembangkan diri melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi
  - f. Peserta didik mampu mengupgrade diri dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin maju<sup>59</sup>

#### 4.6 Sarana dan Prasarana SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Untuk menunjang keberhasilan proses pembelajaran, perlu adanya pemenuhan kebutuhan terhadap sarana dan prasarana di sekolah. Sarana dan prasarana yang tersedia di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru menjadi faktor pendukung dalam memaksimalkan proses pembelajaran yang sedang berlangsung. Adapun sarana dan prasarana di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Sarana dan Prasarana SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

No	Fasilitas	Keterangan
1	Ruang Kepala Sekolah	Ada
2	Ruang Wakil Kepala Sekolah	Ada
3	Ruang Tata Usaha	Ada
4	Ruang Ketua Program Studi	Ada

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



5	Ruang Guru	Ada
6	Ruang Kelas	Ada
7	Ruang UKS	Ada
8	Laboratorium Farmasi	Ada
9	Laboratorium Multimedia	Ada
10	Perpustakaan	Ada
11	Koperasi	Ada
12	Bisnis Center	Ada
13	Kantin Ikasari	Ada
14	Mushola As-Syifa	Ada
15	Pentas Kreasi/Seni	Ada
16	Lapangan Upacara	Ada
17	Lapangan Basket	Ada
18	WC Guru dan Pegawai	Ada
19	WC Siswa Laki-laki dan Perempuan	Ada
20	Rumah Penjaga Sekolah	Ada
21	Tempat Parkir	Ada

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

#### 4.7 Sumber Daya Manusia di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

##### 1. Pimpinan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru<sup>60</sup>

###### a) Kepala Sekolah

Nama	: Endria Erman, S.Si
Tempat/Tanggal Lahir	: Rawang Bunian, 17 Mei 1970
Jenis Kelamin	: Laki-laki
NUPTK	: 9849748650200002
Jabatan	: Kepala Sekolah
Status Kepegawaian	: GTY/PTY

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### b) Wakil Kepala Sekolah Kurikulum

Nama : Yannet Triski Ningrum, M.Farm., Apt  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 28 Januari 1980  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 NUPTK : 1460758659300012  
 Jabatan : WAKA Kurikulum  
 Status Kepegawaian : GTY/PTY

### c) Wakil Kepala Sekolah Kesiswaan

Nama : Sumetri Elona, A.Md., S.Pd  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 21 Maret 1973  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 NUPTK : 2653751653300012  
 Jabatan : WAKA Kesiswaan  
 Status Kepegawaian : GTY/PTY

### d) Wakil Kepala Sekolah HUMAS

Nama : Taupit Hidayat, S.Farm., Apt  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang, 3 September 1981  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 NUPTK : 4235759661200003  
 Jabatan : WAKA Humas  
 Status Kepegawaian : GTY/PTY

### e) Ketua Program

Farmasi : Makhdini Sasmila, S.Si., Apt  
 Kimia Industri : Yulia Andriana, S.Si  
 Teknologi Lab. Medik : Susilawati, M. Farm., Apt

## 2. Tenaga Pendidik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Tenaga pendidik atau biasa disebut sebagai guru mata pelajaran di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru saat ini berjumlah 56 orang guru dengan berbagai keahlian masing-masing. Adapun daftar tenaga pendidik





di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dapat dijabarkan pada tabel berikut :<sup>61</sup>

**Tabel 4.4**  
**Tenaga Pendidik SMK Farmasi Ikasari Pekanbaru**

No	Nama	Keterangan
1	Ade Aisyah, S.Pd	Guru Mapel
2	Afriani Pulpa Susila, S.Si	Guru Mapel
3	Asrini, A.Md., S.Pd., M.Si	Guru Mapel
4	Astri Dewi Putri, S.Pd	Guru Mapel
5	Defriyandi	Guru Mapel
6	Desi Susnita, S.Pd.I	Guru Mapel
7	Dessy Arisanti	Guru Mapel
8	Dewi Indriani, S.Pd	Guru Mapel
9	Deyana Annisya Fitri	Guru Mapel
10	Dian Maya Sari, S.Pd	Guru Mapel
11	Doni Mardan Saputra, S.Pd	Guru Mapel
12	Eci Purnamasari, S.Pd	Guru Mapel
13	Eka Swastika, S.Si	Guru Mapel
14	Eko Mujianto, S.E	Guru Mapel
15	Eli Sumanti, S.Pd	Guru Mapel
16	Emil Yasid Ilyas, S.Pd	Guru Mapel
17	Evanita, S.Pd	Guru Mapel
18	Fakhri Hidayat, A.Md., S.KM	Guru Mapel
19	Finta Wahyuni, S.ST	Guru Mapel
20	Fitri Anggraini, S.Pd	Guru Mapel
21	Fitria Ningsih, S.Si	Guru Mapel
22	Hendri Putra Irmawa, S.Pd	Guru Mapel
23	Henny Tri Okta Vianti, S.Farm	Guru Mapel
24	Heva Fajriwati, S.Pd	Guru Mapel
25	Jaya Prana, A.Md	Guru Mapel
26	Kasmariati, S.Pd	Guru Mapel
27	Kastaruddin, A.Md	Guru Mapel
28	Khairunnisa, S.KM	Guru Mapel
29	Makh dini Sasmila, S.Si., Apt	Guru Mapel
30	Melinda Hasiani, S.Psi	Guru BK
31	Murizal, S.Si	Guru Mapel
32	Nadia Putri	Guru Mapel
33	Novia Rahmi, S.Pd	Guru Mapel
34	Nurhayani, S.Pd	Guru Mapel
35	Nurlelawati, S.Si	Guru Mapel

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

36	Putri Yana Dewi, S.Pd	Guru BK
37	Rahmat Taufiq, S.Pd	Guru Mapel
38	Rika Mayasari, S.Si	Guru Mapel
39	Rolimarta, S.T	Guru Mapel
40	Siti Hardiyanti, S.Pd	Guru Mapel
41	Sumetri Elona, A.Md., S.Pd	Guru Mapel
42	Sunardi, A.Md., S.Tr.Kes	Guru Mapel
43	Susan Safitri, S.Si	Guru Mapel
44	Susilawati, M. Farm., Apt	Guru Mapel
45	Taupit Hidayat, S.Farm., Apt	Guru Mapel
46	Tety Subarniyanti, A.Md., S.KM	Guru Mapel
47	Wahyuniza Fithra, S.Farm	Guru Mapel
48	Widya Savitri Diana, S.Pd	Guru Mapel
49	Y.A. Andika Desparesi, S.T	Guru Mapel
50	Yannet Triski Ningrum, M.Farm., Apt	Guru Mapel
51	Dr. Yelly Amri	Guru Mapel
52	Yessi Alvinur, S.Pd	Guru Mapel
53	Yulia Andriana, S.Si	Guru Mapel
54	Yuwita, A.Md., S.KM	Guru Mapel
55	Zachratul Isma, S.Pd	Guru Mapel
56	Zulbaidar Z	Guru Mapel

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

### 3. Tenaga Kependidikan dan Staf SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Tenaga kependidikan atau tenaga administrasi di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru terdiri dari 14 orang yang siap membantu penyelenggaraan pendidikan di sekolah. Adapun tenaga kependidikan di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dapat dijabarkan pada tabel berikut

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

**Tabel 4.5**  
**Tenaga Kependidikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**

No	Nama	Keterangan
1	Almasri, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
2	Andi Syaputra	Laboran
3	Banjar Isman, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
4	Dedi Supriadi	Petugas Keamanan
5	Denny Mulyana, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
6	Muhammad Syarif, A.Md	Petugas Keamanan
7	Rahayu, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
8	Rianda Pahingga Ramadhan, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
9	Sani Sahuri, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
10	Wahyu Reza Fahlevi	Laboran
11	Wahyuli Agustina, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
12	Warsidi, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
13	Yerna Delisa, A.Md	Tenaga Administrasi Sekolah
14	Yona Prisilia	Laboran

*Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru*

#### 4. Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Lembaga pendidikan memiliki peran dalam mengarahkan peserta didik dalam proses pembelajaran di sekolah guna mencapai titik keberhasilan yang ingin dicapai. Peserta didik adalah suatu objek yang berperan aktif dalam sasaran proses pembelajaran. Adapun data peserta didik di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dapat dijabarkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.6**  
**Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**  
**Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Tingkat XII	27	199	226
Tingkat XI	43	238	281
Tingkat X	38	245	283
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>682</b>	<b>790</b>

*Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 4.7**  
**Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

Laki-laki	Perempuan	Total
108	682	790

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

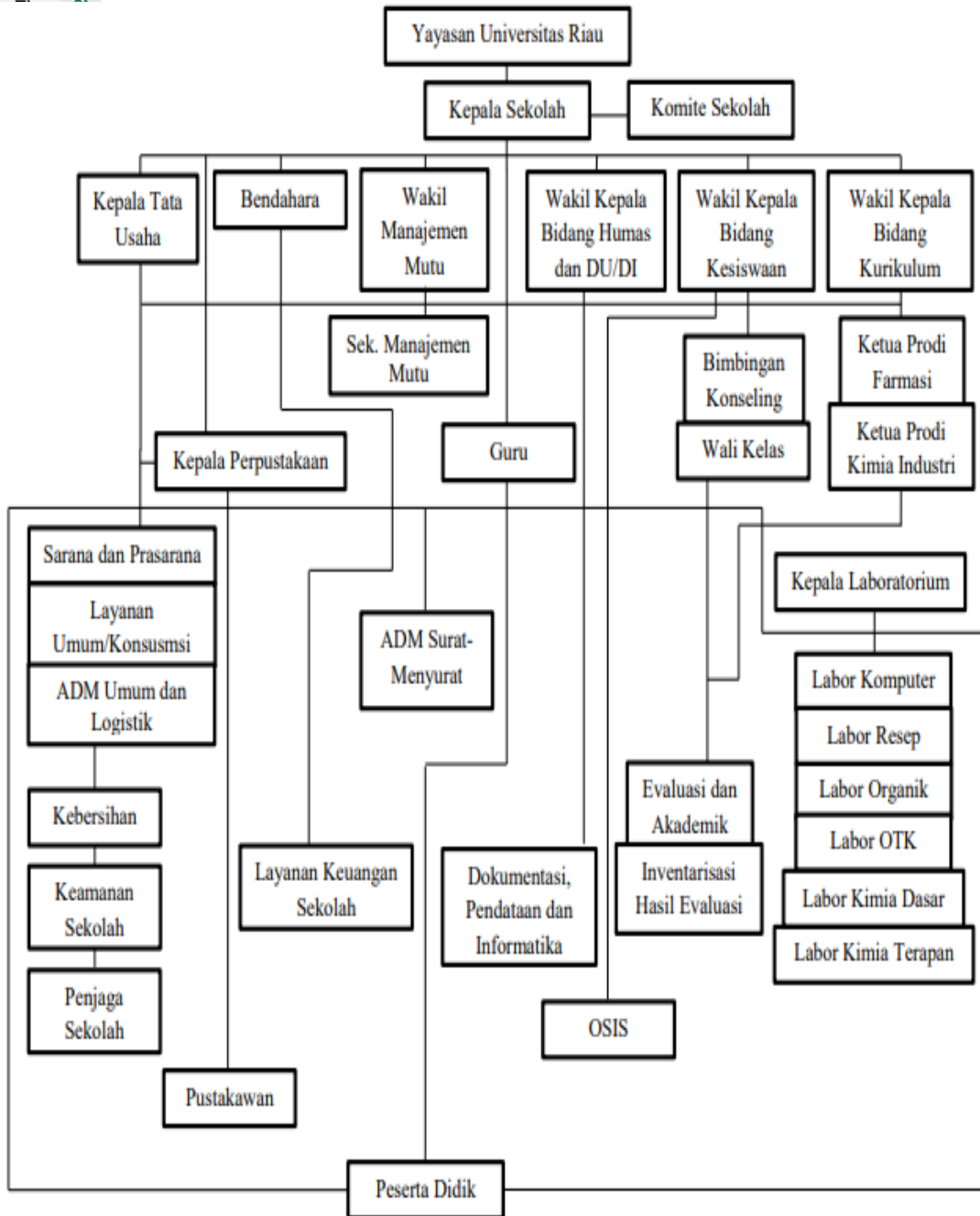
**Tabel 4.8**  
**Peserta Didik SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru**  
**Berdasarkan Jurusan**

Tingkatan	Farmasi	Kimia Industri	Teknik Lab. Medik	Jumlah
Tingkat X	214	36	33	283
Tingkat XI	210	36	35	281
Tingkat XII	190	13	23	226
<b>Total</b>	614	85	91	790

Sumber Data : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



4.8 Struktur Organisasi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



Gambar 4.4 Struktur Organisasi

Sumber : Profil SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

Hak Cipta © H:  
 1. Dila  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti sajikan melalui pengumpulan data yang didapatkan dari teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait pembahasan mengenai “Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru”, maka peneliti menemukan bahwa pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* yang dilakukan oleh Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru diantaranya adalah melalui iklan dengan memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, Youtube, Tiktok, dan Facebook* untuk menyebarluaskan brosur atau poster *online* yang berisi tentang informasi penerimaan peserta didik baru, serta pembuatan konten-konten iklan promosi sekolah berupa foto dan video yang berisi keunggulan, fasilitas dan kualitas sekolah yang juga dipublikasikan ke media sosial. Melalui promosi penjualan, dengan memberikan penawaran khusus kepada masyarakat saat penerimaan peserta didik baru seperti pemotongan harga bagi jalur tahfiz qur’an, jalur jilid baru, jalur kelas, jalur anak guru, anak yatim dan prestasi non-akademik, kemudian gratis biaya pendaftaran untuk 100 pendaftar pertama. Melalui penjualan personal, dengan memperkenalkan program BMW (Bekerja, Melanjutkan, Berwirausaha) kepada masyarakat yang dilakukan oleh pihak sekolah terhadap peserta didik, dan menjual produk Brandis ke masyarakat yang diproduksi sendiri oleh guru dan siswa di pabrik mini sekolah. Melalui hubungan masyarakat, yaitu dengan menjalin kerjasama dengan DU/DI dan para alumni yang dapat mendukung jalannya program dan citra sekolah, kemudian mempublikasikan kegiatan-kegiatan sekolah ke media sosial. Melalui pemasaran langsung, dengan menyebarluaskan informasi secara digital ke calon konsumen yang potensial seperti keluarga, kerabat, dan orang terdekat guru maupun pegawai di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru menggunakan lima komponen bauran promosi (*Promotion mix*) sebagai alat untuk mendukung proses pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* ke masyarakat. Dari lima komponen tersebut, periklanan untuk promosi sekolah secara digital tidak dilakukan secara berbayar tetapi hanya memanfaatkan fitur yang ada di media sosial. Kemudian melalui hubungan masyarakat secara digital, Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru hanya menjalin kerjasama dengan DU/DI dan para alumni sedangkan interaksi atau hubungan dengan para wali murid dilakukan secara langsung dan masih menggunakan media cetak seperti surat resmi dari sekolah yang disebar ke peserta didik untuk memberikan informasi kepada wali murid. Namun, hal tersebut tidak mempengaruhi hasil yang diperoleh dari pelaksanaan promosi sekolah secara digital yaitu tetap terjadinya peningkatan jumlah peminat calon peserta didik yang mendaftar di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru.

## 6.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti sajikan tentang “Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru”, maka peneliti ingin memberikan saran dan masukan terhadap pelaksanaan promosi sekolah secara digital yang sudah bagus dan berhasil mendapatkan perhatian hingga ketertarikan masyarakat untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru. Akan tetapi, diharapkan pihak sekolah perlu mencari dan merekrut tenaga baru yang ahli di bidang *marketing* sebagai *content creator* khusus promosi sekolah. Sehingga tim promosi yang juga berprofesi sebagai guru tidak merasa kesulitan lagi dalam menjalankan tugas dan kewajibannya.

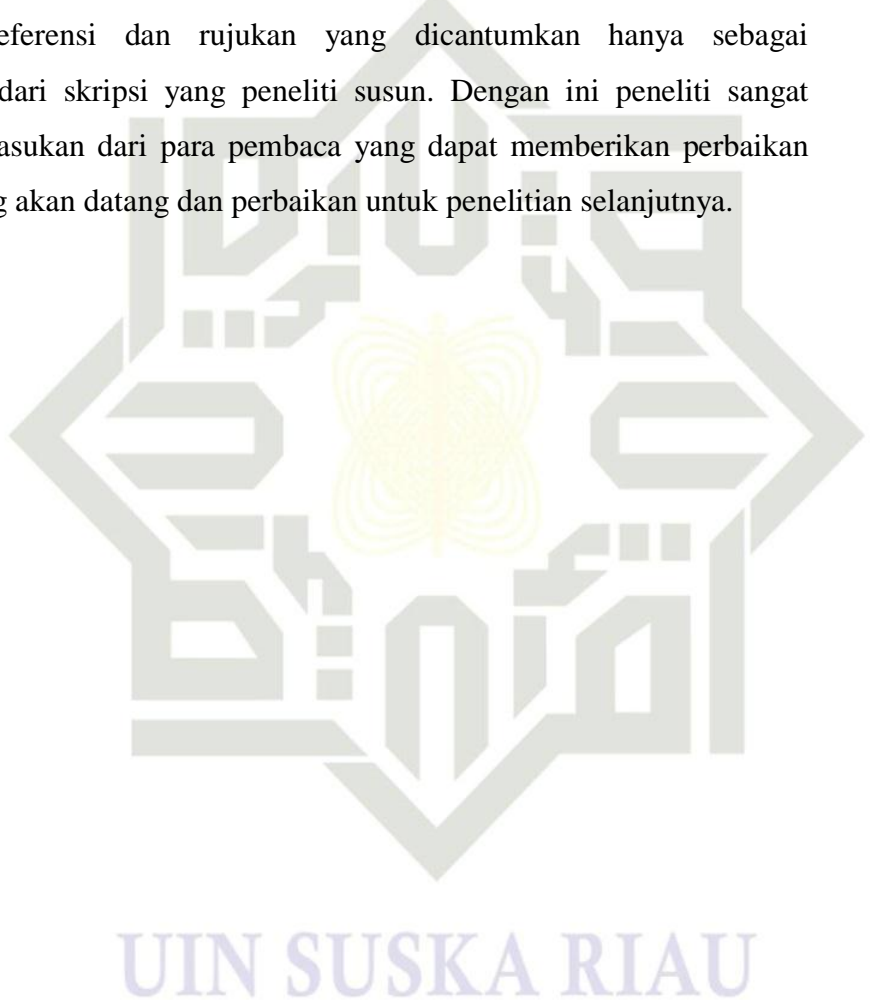
Dengan membuat profesi baru tersebut, maka konten-konten promosi sekolah dapat lebih menarik dan peka terhadap *trend*. Keuntungannya adalah media sosial resmi pihak sekolah akan lebih

banyak mendapatkan *insight* dan *engagement* dari para pengguna, sehingga SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dapat dikenal luas oleh seluruh penjuru wilayah dan penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh sekolah yaitu Brandis juga dapat mengalami peningkatan.

Demikian hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan usaha sebaik mungkin tanpa mengharapkan kesempurnaan dari hasil penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir peneliti sebagai mahasiswa. Adapun berbagai referensi dan rujukan yang dicantumkan hanya sebagai kualifikasi dari skripsi yang peneliti susun. Dengan ini peneliti sangat berharap masukan dari para pembaca yang dapat memberikan perbaikan dimasa yang akan datang dan perbaikan untuk penelitian selanjutnya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- Anggoro, M. Linggar. *Teori Dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Aref, Z and N Sumarah. "Strategi Humas SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah." *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 2022. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/965>.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Audiyatno, Basuki, and Ade Iriani. "Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik." *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan*, no. 2 (2022).
- Intokosari, S, and N Sasmita Wijayanti. "Strategi Humas Dalam Mempromosikan Dan Membangun Citra Tiga (3) SMK Di Kulon Progo." *E-Journal Student UNY* 5, no. 3 (2020).
- Radillah, Intan, Nursapia Harahap, and Rina Devianty. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Promosi Dan Citra Di Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Persatuan Amal Bakti 2 Helvetia." *JIPDAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 1, no. 1 (2022): 66–74.
- Febriyanti, Maryance, Muhammad Imanuddin, Afif Alfiyanto, and Fitri Hidayati. "Peran Humas Dalam Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA Almu'awanah Pamulutan Ogan Ilir." *EQIEN-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10, no.1 (2022): 467–71.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*, 2008.
- Khauddi, Muhammad Imam, Muh. Dimiyati, and Ahmad Kanzul Farizi. "Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)* 4, no. 2 (2022): 269–81.
- Kotler, Philip, and Kevin L Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2009.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hal-Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hala-Cipta Dilindungi Undang-Undang UIN Suska Riau Universitas Islam Sumatera Utara







# LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Lampiran 1 Pedoman Wawancara

### “Aktivitas Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru”

**Informan Penelitian : Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas, Guru / Tim Promosi Sekolah**

#### PERTANYAAN UMUM

Sebelum memasuki pertanyaan lebih mendalam mengenai aktivitas humas dalam melakukan promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru, bisa dijelaskan terlebih dahulu dasar tujuan pelaksanaan promosi sekolah?

Bagaimana sistematika pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru? (Waktu, SDM, Alur pelaksanaan)

3. Bagaimana peran Anda dalam pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

4. Secara umum, siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Menurut Anda, apa yang menjadi perhatian target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* sehingga mereka memiliki keinginan serta ketertarikan mengambil tindakan untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

#### PERTANYAAN BAURAN PROMOSI

##### A. Periklanan (*Advertising*)

Bagaimana periklanan yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Apa saja saluran media digital yang digunakan untuk periklanan promosi sekolah ini?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Siapa saja yang ikut berpartisipasi dalam melakukan periklanan guna mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?  
Kapan saja waktu periklanan untuk promosi sekolah ini dilakukan?  
Apa yang dihasilkan dari periklanan yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan sekolah ini?  
Siapa yang menjadi target sasaran dalam periklanan yang dilakukan secara digital ini?

#### **B. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

- Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?  
Kapan saja waktu untuk melakukan promosi penjualan secara digital guna mempromosikan sekolah ini?
3. Apa saja saluran media digital yang digunakan untuk promosi penjualan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?
  4. Siapa saja yang menjadi target sasaran dari promosi penjualan yang dilakukan secara digital?
  5. Apa yang dihasilkan dari promosi penjualan secara digital untuk mempromosikan sekolah ini?

#### **C. Penjualan Personal (*Personal Selling*)**

- Bagaimana penjualan personal yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?  
Kapan saja waktu untuk melakukan penjualan personal secara digital guna mempromosikan sekolah ini?  
Apa saja saluran media digital yang digunakan untuk penjualan personal di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?  
Siapa saja yang menjadi target sasaran dari penjualan personal yang dilakukan secara digital?  
Apa yang dihasilkan dari penjualan personal secara digital untuk mempromosikan sekolah ini?

#### **D. Humas / Publisitas (*Public Relation*)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**E. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)**

1. Bagaimana *public relation* yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Kapan saja waktu untuk melakukan *public relation* secara digital guna mempromosikan sekolah ini?

Siapa saja yang menjadi target sasaran dari *public relation* yang dilakukan secara digital?

Bagaimana agar informasi yang disampaikan melalui *public relation* secara digital dapat tersampaikan dengan baik kepada target sasaran?

Apa yang dihasilkan dari *public relation* yang dilakukan secara digital?
2. Bagaimana pemasaran langsung yang dilakukan secara digital untuk mempromosikan SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?
3. Kapan saja waktu untuk melakukan pemasaran langsung secara digital guna mempromosikan sekolah ini?
4. Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pemasaran langsung yang dilakukan secara digital?
5. Apa saja saluran media digital yang digunakan untuk melakukan pemasaran langsung guna mempromosikan sekolah ini?
6. Apa yang dihasilkan dari pemasaran langsung yang dilakukan secara digital?
7. Menurut Anda, dari 5 bauran promosi yang telah dibahas tadi, bauran promosi mana yang paling memberikan perhatian dan ketertarikan kepada target sasaran untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru? Mengapa?
8. Menurut Anda, apa yang menjadi perbedaan pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dengan sekolah yang lainnya?
9. Menurut Anda, apakah pelaksanaan promosi sekolah melalui *digital marketing* ini efektif untuk dilakukan dan perlu dipertahankan pelaksanaannya? Mengapa?



## Informan Penelitian : Murid dan Orang Tua Murid

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. Bagaimana Anda mengetahui informasi mengenai SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Informasi apa yang menjadi perhatian Anda dalam melihat promosi sekolah melalui *digital marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Apa yang membuat Anda tertarik untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

Apakah informasi terkait promosi sekolah melalui *digital marketing* yang disampaikan oleh SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru sudah tersampaikan dengan baik?

5. Apakah Anda sering mencari informasi seputar sekolah melalui saluran digital SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto dokumentasi saat mewawancarai Kepala Sekolah SMK Farmasi  
Ikasari Kota Pekanbaru



Foto dokumentasi saat mewawancarai Wakil Kepala Sekolah Bidang  
Humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru

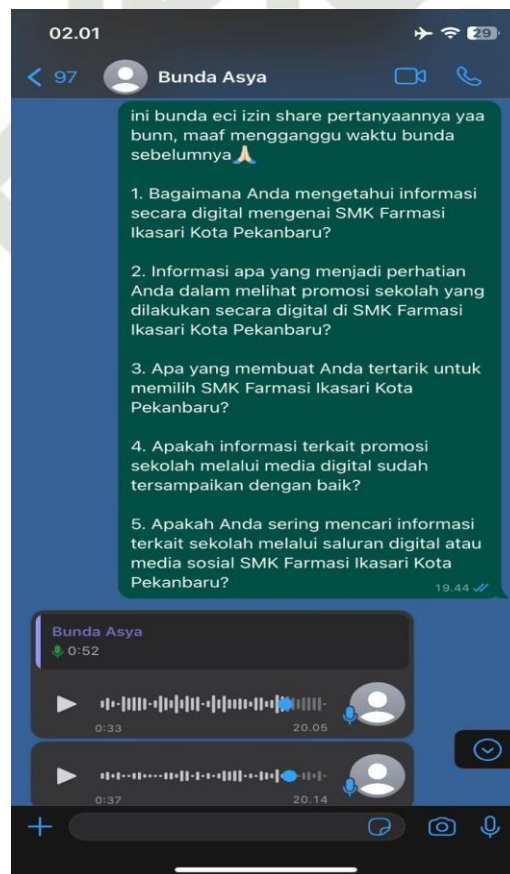
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



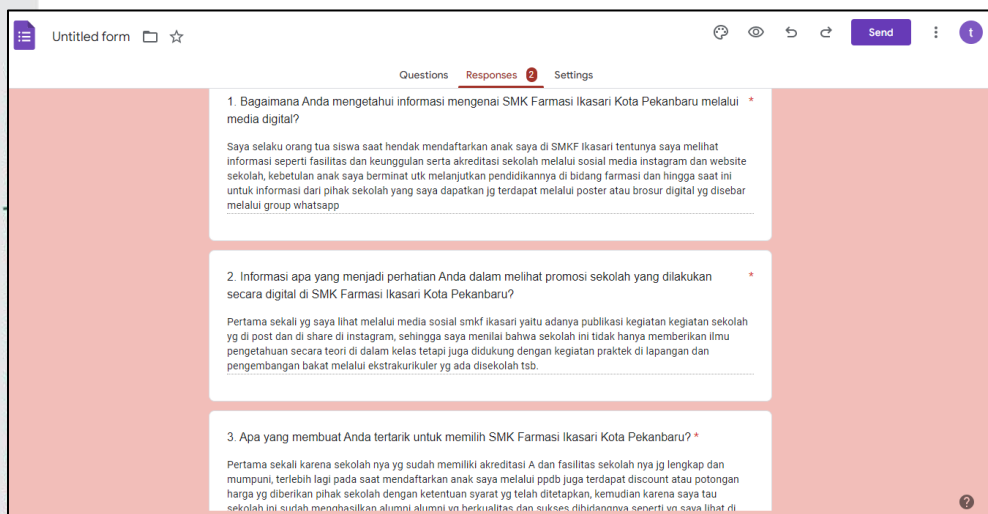
Foto dokumentasi saat mewawancarai Guru dan Tim Promosi SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru



Wawancara dengan Orang Tua Murid melalui *Whatsapp*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Questions Responses Settings

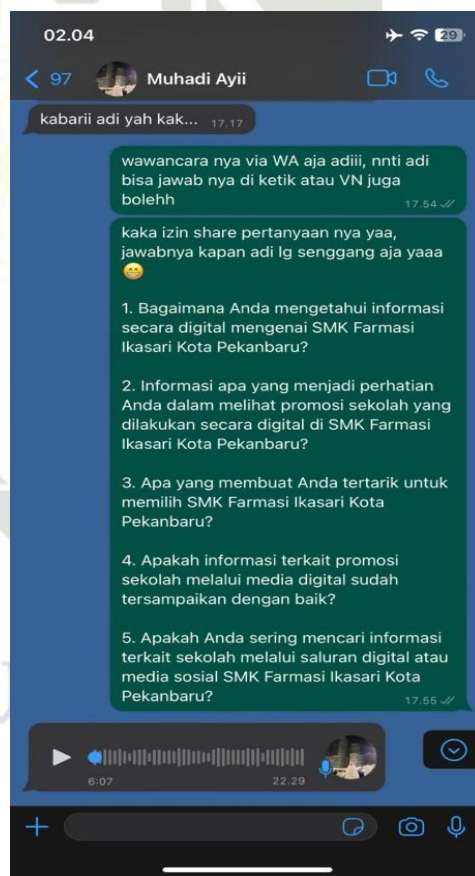
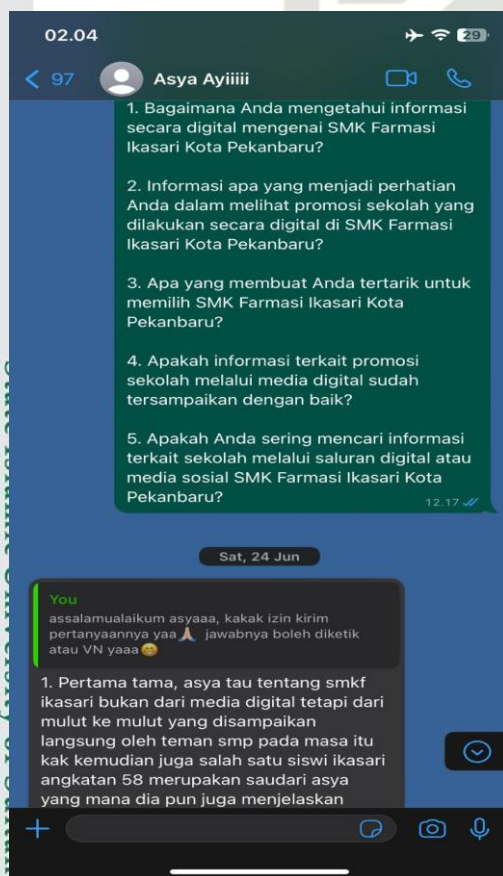
1. Bagaimana Anda mengetahui informasi mengenai SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru melalui media digital?
 

Saya selaku orang tua siswa saat hendak mendaftarkan anak saya di SMK Ikasari tentunya saya melihat informasi seperti fasilitas dan keunggulan serta akreditasi sekolah melalui sosial media instagram dan website sekolah, kebetulan anak saya berminat utk melanjutkan pendidikannya di bidang farmasi dan hingga saat ini untuk informasi dari pihak sekolah yang saya dapatkan jg terdapat melalui poster atau brosur digital yg disebar melalui group whatsapp
2. Informasi apa yang menjadi perhatian Anda dalam melihat promosi sekolah yang dilakukan secara digital di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?
 

Pertama sekali yg saya lihat melalui media sosial smkf ikasari yaitu adanya publikasi kegiatan kegiatan sekolah yg di post dan di share di instagram, sehingga saya menilai bahwa sekolah ini tidak hanya memberikan ilmu pengetahuan secara teori di dalam kelas tetapi juga didukung dengan kegiatan praktek di lapangan dan pengembangan bakat melalui ekstrakurikuler yg ada di sekolah tsb.
3. Apa yang membuat Anda tertarik untuk memilih SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru?
 

Pertama sekali karena sekolah nya yg sudah memiliki akreditasi A dan fasilitas sekolah nya jg lengkap dan mumpuni, terlebih lagi pada saat mendaftarkan anak saya melalui ppdb juga terdapat discount atau potongan harga yg diberikan pihak sekolah dengan ketentuan syarat yg telah ditetapkan, kemudian karena saya tau sekolah ini sudah menhasilkan alumni alumni yg berkualitas dan sukses dibidangnya seperti vn saya lihat di

### Wawancara dengan Orang Tua Murid melalui *Google Form*



### Wawancara dengan Peserta Didik melalui *Whatsapp*



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Thessy Nabella lahir di Kota Dumai pada 18 Februari 2000, merupakan putri pertama dari dua bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Eriyadi dan Ibu Santi Suarni. Penulis mengawali pendidikan di TK Aisyiyah Bustanul Athfal II Kota Dumai pada tahun 2005 dan melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar Negeri 043 Pekanbaru pada tahun 2006. Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2012, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Pekanbaru dan lulus pada tahun 2015. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 6 Pekanbaru. Selama menjadi siswa, penulis aktif di organisasi di sekolah seperti Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), Rohis, dan Mading. Setelah menamatkan pendidikan di bangku SMA pada tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan mengambil Strata Satu (S1) program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi Crew Suska TV sebagai Reporter, Presenter dan Produser News dari tahun 2019 hingga tahun 2023. Pada tahun 2022, penulis juga pernah bergabung di organisasi Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi (DEMA FDK) Kabinet Aksi Abadi sebagai anggota Divisi Infokom. Penulis berhasil menyelesaikan studi **Strata Satu (S1)** pada tanggal **17 Juli 2023** dengan **IPK 3.78 berprediket “Cum Laude”** dan menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).