**ABSTRAK**

Farihatul Adilah, 2020, *Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) IAIN Madura Dalam Upaya Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017-2019*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Madura, dosen pembimbing: Zubdatul Munawwarah, S. Sos.I, M.Sc.

**KATA KUNCI** : *Strategi Humas, Menarik minat, Calon Mahasiswa.*

Institut Agama Islam Negeri Madura merupakan salah satu perguruan tinggi favorit di Madura sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pendaftar calon mahasiswa baru mulai dari tahun 2017-2019 cenderung meningkat. Hal ini tidak akan terlepas dari campur tangan Humas dan karyawan lainnya yang ada di dalam IAIN Madura. Strategi yang digunakan oleh Humas IAIN Madura juga menjadi faktor yang membuat para pendaftar merasa tertarik untuk memilih IAIN Madura sebagai perguruan tinggi yang akan diampu. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi humas pun menjadi salah satu penentu keberhasilan dari usaha Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru. Melihat fenomena sosial yang ada di IAIN Madura ini, membuat peneliti menilai fenomena ini menarik untuk diteliti.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi kajian dalam penelitian ini, yaitu; *pertama,* Bagaimana fungsi dan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019, *kedua,* Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu mengkaji dan mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019. Dalam proses pengumpulan data, dilakukan dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan, melakukan observasi secara mendalam, wawancara, serta menggambarkan dan menyajikan fakta yang ada di lapangan.

Hasil kajian penelitian ini, Fungsi humas IAIN Madura, *pertama*, menjadi komunikator baik secara langsung dan secara tidak langsung. *Kedua*, menjadi pembangun hubungan yang positif dengan publik internal dan eksternal. *Ketiga*, menunjang kegiatan promosi di IAIN Madura. *Keempat*, menjadi pembuat citra yang positif dengan mengarahkan opini masyarakat ke hal-hal yang positif. Humas IAIN Madura menggunakan beberapa strategi untuk menarik minat calon mahasiswa baru. *Pertama*, menggunakan komunikasi langsung yakni pada tahun 2017 & 2018 humas mengadakan sosialisasi ke kantor kemenag di empat kabupaten di Madura. *Kedua*, menggunakan komunikasi tidak langsung yakni menggunakan media dengan cara mempublikasikan informasi mengenai IAIN Madura melalui media, baik media massa, online, dan sosial.