

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM
MANAJEMEN KEHUMASAN IAIN CURUP**

TESIS

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan*



Oleh
Rosea Furgeri
24861017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
2026 M/ 1448 H**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROSEA FURGERI
NIM : 24861017
Tempat dan Tanggal Lahir : Curup, 17 November 1983
Pekerjaan : PNS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup, benar-benar karya asli saya, kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian terapat di dalamnya kesalahan dan kekeliruan, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan seperlunya.

Rejang Lebong, Juli 2026

Saya yang menyatakan



ROSEA FURGERI



SKEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
PROGRAM PASCASARJANA
PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Jl. Dr. Aik. Gant 1 A, Goluk Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website <http://www.iaincurup.ac.id>, email: admin@iaincurup.ac.id

PERSETUJUAN KOMISI
PEMBIMBING TESIS

Nama : Rosea Furgeri
NIM : 24861017
Judul : "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan
IAIN Curup"

Curup, 27 Juli 2026

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
 Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I. NIP 19750415 200501 1 009	 Dr. Emmi Kholilah Harahap, M.Pd.I. NIP 19900603 202012 2 004
Mengetahui, Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam   Dr. Epa Kristina, M. Pd. NIP 199210202025052002	



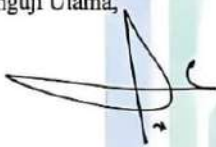
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
PROGRAM PASCASARJANA**

Jl.Dr.Ak.Ganl No 1 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Pnx. (0732) 21010 Curup 39113 Website:
<http://www.iaincurup.ac.id>, email: admin@iaincurup.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

No: ~~665~~/In.34/PCS/PP.00.9/07/2026

Tesis yang berjudul "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup" Yang ditulis oleh Rosea Furgeri, NIM 24861017, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pascasarjana IAIN Curup, telah di uji dan di nyatakan LULUS pada 20 Juli 2026 serta sudah diperbaiki sesuai dengan permintaan tim penguji dalam sidang ujian tesis.

Ketua Sidang,  Dr. Epa Kristina, M.Pd. NIP 19921020 202505 2 002	Sekretaris / Pembimbing II  Dr.Emmi Kholilah Harahap, M.Pd.I. NIP 19900603 202012 2 004
Penguji Utama,  Dr. Abdul Sahib, S.Pd.I., M.Pd. NIP 19720520 200312 1 001	Tanggal 28/7-2026
Penguji I / Pembimbing I  Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I. NIP. 19750415 200501 1 009	Tanggal 29/7 - 2026
Mengetahui: Rektor IAIN Curup  Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I. NIP 19750415 200501 1 009	Curup, 29 Juli 2026 Direktur Pascasarjana IAIN Curup  Prof. Dr. Hendra Harmi, M.Pd. NIP 19751108 200312 1 001

MOTTO

"Ilmu yang dibagikan adalah keberhasilan yang
dilipatgandakan." (Rosea Furgeri)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilamin.

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan dalam menuntut ilmu dan menyebarkan kebaikan.

Dengan penuh rasa syukur, penulisan tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada almarhum Papa tercinta Mas'ud Shaleh yang semasa hidupnya senantiasa menanamkan semangat untuk terus menuntut ilmu dan selalu menginginkan penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga jenjang magister. Meskipun beliau telah tiada namun doa, nasihat, kasih sayang, serta cita-cita yang beliau titipkan menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu wujud ikhtiar dalam mewujudkan harapan beliau. Kepada Ibunda tercinta, yang tidak pernah lelah mencurahkan kasih sayang, pengorbanan, dan doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah anak-anaknya. Setiap doa yang beliau panjatkan menjadi kekuatan, penyejuk hati, dan penyemangat bagi penulis dalam menghadapi setiap proses hingga terselesaikannya tesis ini. Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan dan kebahagiaan kepada beliau.
2. Kepada suami tercinta Fauzi Jeksen, M.Pd yang telah menjadi sahabat, penyemangat, sekaligus rekan seperjuangan dalam menempuh pendidikan magister. Terima kasih atas segala cinta, kesabaran, pengertian, doa, serta dukungan yang tidak pernah putus. Perjalanan menyelesaikan studi ini menjadi lebih bermakna karena kita saling menguatkan, saling mendukung, dan berjuang bersama hingga akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan ini. Semoga setiap langkah perjuangan yang telah kita lalui menjadi amal baik dan membawa keberkahan bagi kehidupan, keluarga, serta masa depan yang lebih baik.
3. Untuk anak-anakku tercinta Zhufairah Az Zahirah dan Zhafirah Az Zahirah terima kasih atas pengertian, kasih sayang, dan kebahagiaan yang selalu kalian

hadirkan di tengah perjalanan ini. Maaf atas waktu yang sering harus terbagi antara keluarga, pekerjaan, dan penyelesaian studi. Kehadiran kalian menjadi sumber semangat, inspirasi, dan alasan bagi penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah hingga tesis ini dapat diselesaikan. Semoga keberhasilan ini menjadi teladan bahwa dengan doa, kerja keras, dan ketekunan, setiap cita-cita dapat diwujudkan.

4. Sahabatku semua Mahasiswa Program Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Kelas B (Ayuk Lusi, Winda, Ike, Ajo, Nanda, Tulus, Lembayu, Weni, Gale dan Agi) dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Untuk saudaraku Yoan Thomas Alvino, S.Pd. dan Adekku Winda Sari Dewi, M.Pd. yang selalu saya repotkan dari awal kuliah sampai selesainya penulisan tesis ini, semoga Allah selalu senantiasa memudahkan semua perjuanganmu.
6. Adek-adek ku yang kusayangi Bipsta Carel Agung, S.Psi., Abdussalam Al Akbar, M.Kom., Ahmad Hayyul Wali, M.H.

Tiada karya yang sempurna, namun setiap proses di dalamnya menyimpan makna yang berharga. Semoga tesis ini menjadi langkah awal untuk terus belajar, berkarya, dan memberikan manfaat bagi sesama, serta menjadi amal jariyah yang bernilai di sisi Allah Swt. Aamiin.

ABSTRAK

Rosea Furgeri, 24861017 Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup, Tesis, Curup; Program Pascasarjana IAIN Curup, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2026. 187 halaman.

Transformasi tata kelola komunikasi di lembaga keagamaan Islam negeri sangat penting dalam membangun citra, reputasi, dan kepercayaan publik di era digital. IAIN Curup telah memanfaatkan website resmi dan media sosial (*Instagram, Facebook, YouTube, TikTok*) guna memperluas jangkauan promosi akademik, namun dalam implementasinya masih menghadapi tantangan berupa kesenjangan kompetensi siber sumber daya manusia serta fluktuasi kapasitas server. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam mengenai siklus manajerial pemanfaatan teknologi digital pada unit kehumasan yang mencakup aspek perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), hingga pengawasan (*controlling*) di IAIN Curup.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dan observasi partisipan langsung di ruang kerja Humas, sedangkan data sekunder dihimpun melalui teknik dokumentasi. Subjek penelitian ditentukan secara *purposive* terdiri dari Kepala Biro AUAK, Ketua Tim Humas, dan staf pelaksana humas. Data dianalisis melalui tahapan kualitatif model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data (*data display*) dalam bentuk teks naratif, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan digital humas diposisikan sebagai fungsi strategis-konseptual berbasis kluster media dan anggaran DIPA. Pengorganisasian diwujudkan melalui pembentukan sub-kluster kerja fungsional staf. Pelaksanaan bergerak secara dinamis meliputi produksi konten lapangan dan publikasi multiplatform dengan optimasi SEO dasar. Pengawasan dijalankan melalui evaluasi berkala berupa rekapitulasi data statistik bulanan, serta identifikasi kendala nyata lapangan berupa fluktuasi jaringan internet lokal dan kapasitas server website yang mengalami pelambatan sistem atau *overload* saat musim Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), yang ditindaklanjuti lewat koordinasi lintas sektoral bersama unit TIPD. Simpulannya, integrasi fungsi manajemen modern (POAC) dan etika komunikasi Islam (*qawlan sadīdan* dan *tabayyun*) mewujudkan sistem penyiaran satu pintu yang akuntabel secara hukum negara sekaligus bersih secara moral keagamaan.

Kata Kunci: *Kehumasan, Manajemen, Teknologi Digital*

ABSTRACT

Rosea Furgeri, 24861017 Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup (The Utilization of Digital Technology in Public Relations Management at IAIN Curup). Thesis, Curup; Postgraduate Program of IAIN Curup, Islamic Education Management Study Program, 2026. 187 pages.

The transformation of communication governance in state Islamic religious institutions is vital in building image, reputation, and public trust in the digital era. IAIN Curup has utilized its official website and social media platforms (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok) to expand the reach of academic promotion, yet its implementation still faces challenges in the form of a gap in human resource cyber competence and fluctuations in server capacity. This study aims to describe and analyze in depth the managerial cycle of digital technology utilization in the public relations unit, which encompasses the aspects of planning, organizing, actuating, and controlling at IAIN Curup.

This study employs a qualitative approach with a field research type. Primary data collection was conducted through in-depth interview techniques and direct participant observation in the Public Relations workspace, while secondary data were gathered through documentation techniques. The research subjects were determined purposively, consisting of the Head of the AUAK Bureau, the Public Relations Team Leader, and the public relations executing staff. Data were analyzed through the qualitative stages of the interactive model, which include data reduction, data display in the form of narrative text, and continuous conclusion drawing and verification.

The results show that digital public relations planning is positioned as a strategic-conceptual function based on media clustering and the DIPA budget. Organizing is realized through the formation of functional work sub-clusters for the staff. Actuation moves dynamically, encompassing field content production and multiplatform publication with basic SEO optimization. Controlling is carried out through periodic evaluations in the form of monthly statistical data recapitulation, as well as the identification of real field constraints such as local internet network fluctuations and website server capacity that experiences system slowdowns or overloads during the New Student Admission (PMB) season, which are followed up through cross-sectoral coordination with the TIPD unit. In conclusion, the integration of modern management functions (POAC) and Islamic communication ethics (*qawlan sadīdan and tabayyun*) establishes a one-door broadcasting system that is accountable under state law and fundamentally upright in terms of religic morality.

Keywords: Public Relations, Management, Digital Technology.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **"Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup"**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Pascasarjana. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Ibu Dr. Eka Apriani, M.Pd., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
4. Bapak Dr. Sakut Ansori, S.Pd.I., M.Pd., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
5. Bapak Dr. Sagiman, M.Kom., selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
6. Bapak Prof. Dr. Hendra Harmi, M.Pd., selaku Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
7. Ibu Dr. Leffi Noviyenty, M.Pd., selaku Wakil Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

8. Dr. Epa Kristina, M.Pd., Ketua Program Studi Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup.
9. Bapak Dr. Abdul Sahib, M.Pd selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi arahan selama perkuliahan.
10. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan ilmu dalam penulisan tesis ini.
11. Ibu Dr. Emmi Kholilah Harahap, M.Pd.I selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan ilmu dalam penulisan tesis ini.
12. Kepala dan seluruh staf Humas IAIN Curup yang telah memberikan izin, bantuan, serta informasi yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen kehumasan, komunikasi publik, dan pemanfaatan teknologi digital di lingkungan perguruan tinggi, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Akhirnya, semoga Allah Swt. senantiasa memberikan keberkahan dan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Curup, Juli 2026

Penulis,

Rosea Furgeri Mas'ud

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Pertanyaan Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORITIK DAN KAJIAN PENELITIAN RELEVAN	
A. Landasan Teori.....	12
1. Konsep Manajemen.....	12
2. Manajemen Kehumasan.....	22
3. Teknologi Digital dalam Kehumasan.....	36
B. Penelitian yang relevan	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	52
B. Informan Penelitian	54
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
D. Jenis dan Sumber Data	56
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Keabsahan Data	61

G. Teknik Analisa Data	62
------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Diskripsi Lokasi Penelitian	64
B. Hasil Penelitian	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	131

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	225
B. Implikasi (Teori dan Temuan)	223
C. Rekomendasi	220

DAFTAR PUSTAKA	228
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	232
----------------------	------------

CURRICULUM VITAE.....	248
------------------------------	------------

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi konteks pendidikan tinggi, institusi memiliki posisi strategis dalam membangun citra (*image*), reputasi (*reputation*), dan kepercayaan publik (*public trust*). Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai institusi publik yang dinilai kredibilitasnya oleh masyarakat. Cutlip, Center, dan Broom menegaskan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Konsep ini menempatkan kehumasan sebagai bagian dari fungsi strategis organisasi, bukan sekadar aktivitas teknis publikasi.¹

Melalui perspektif tersebut, komunikasi institusi tidak lagi dipahami sebagai penyampaian informasi satu arah, melainkan sebagai proses manajerial yang mempengaruhi persepsi, sikap, dan kepercayaan publik terhadap lembaga. Reputasi perguruan tinggi dibangun melalui konsistensi pesan, kredibilitas informasi, serta kualitas interaksi dengan pemangku kepentingan. Fombrun dalam teori *Reputation Management* menekankan bahwa reputasi merupakan aset strategis yang terbentuk melalui persepsi kolektif publik terhadap kinerja dan integritas organisasi.² Dengan demikian, pengelolaan komunikasi di perguruan tinggi memiliki implikasi langsung terhadap keberlanjutan dan daya saing institusi.

¹ Scott M. Cutlip et al., "Public Relations," *Theory and Practice [Publik Rilejshenz. Teorija i Praktika]*. Moscow: Vil'jams, 2003. h. 6

² Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 25

Grunig dan Hunt melalui *Excellence Theory* menegaskan bahwa humas yang efektif adalah humas yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis dan menerapkan komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*).³ Model ini menekankan dialog, keterbukaan, dan partisipasi publik sebagai kunci keberhasilan komunikasi organisasi. Dalam konteks perguruan tinggi, publik internal meliputi dosen, tenaga kependidikan, dan mahasiswa, sedangkan publik eksternal mencakup orang tua, alumni, masyarakat, pemerintah, media, serta mitra kerja. Artinya, manajemen humas di perguruan tinggi harus mampu menjembatani berbagai kepentingan tersebut melalui strategi komunikasi yang terencana dan terukur.

Secara manajerial, fungsi kehumasan tidak dapat dilepaskan dari prinsip dasar manajemen. George R. Terry mengemukakan empat fungsi utama manajemen, yaitu *planning, organizing, actuating, dan controlling (POAC)*.⁴ Dalam konteks kehumasan digital, *planning* mencakup perumusan strategi komunikasi berbasis kebutuhan publik dan visi institusi *organizing* mencakup pembagian tugas dan struktur tim pengelola media digital *actuating* berkaitan dengan pelaksanaan konten komunikasi secara konsisten dan *controlling* meliputi evaluasi berbasis indikator kinerja termasuk analitik media sosial dan tingkat *engagement*. Tanpa penerapan fungsi manajemen secara sistematis aktivitas kehumasan berpotensi menjadi sporadis dan tidak berdampak strategis.

³ James E. Grunig and Larissa A. Grunig, "Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future," in *Public Relations Research*, ed. Ansgar Zerfass et al. (VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008), https://doi.org/10.1007/978-3-531-90918-9_22. h. 338-341

⁴ George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi* (Bumi Aksara, 2021). h. 15-17

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam praktik kehumasan. Verhoef et al. menjelaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan perubahan strategis yang menyentuh struktur organisasi, budaya kerja, dan proses pengambilan keputusan.⁵ Kane et al. menambahkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh tingkat digital maturity organisasi, yaitu kesiapan strategi, kepemimpinan, dan sumber daya manusia dalam mengintegrasikan teknologi secara menyeluruh.⁶

Dalam konteks ini, digital public relations menurut Breakenridge menekankan pentingnya dialog interaktif, keterlibatan audiens, dan partisipasi publik dalam ruang digital.⁷ Selanjutnya, Zerfass dan kolega melalui *Strategic Communication Management* menjelaskan bahwa komunikasi modern harus berbasis data (*data-driven communication*) serta terintegrasi dengan proses pengambilan keputusan organisasi.⁸ Artinya, efektivitas humas digital tidak cukup diukur dari frekuensi publikasi, tetapi dari dampak komunikasi terhadap reputasi, *engagement*, dan kepercayaan publik.

Men dan Tsai melalui konsep *Social Media Engagement* menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital dapat diukur melalui tingkat interaksi audiens,

⁵ Peter C. Verhoef et al., "Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda," *Journal of Business Research* 122 (2021): 889–901. h. 890-892

⁶ Gerald C. Kane et al., "Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation," *MIT Sloan Management Review*, 2015, <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>. h. 5-8

⁷ Deirdre Breakenridge, *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional* (Pearson Education, 2012). h. 9-15

⁸ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 18-22

seperti komentar, berbagi konten, respons cepat, dan partisipasi aktif.⁹ Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital menuntut pendekatan partisipatif dan responsif. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan harus disertai kemampuan analisis data dan evaluasi kinerja media.

Berdasarkan sintesis teori tersebut, peneliti berpandangan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan perguruan tinggi idealnya mencakup tiga dimensi utama yang saling terintegrasi. Pertama, integrasi fungsi manajemen (POAC) dalam pengelolaan media digital yang memastikan bahwa aktivitas kehumasan tidak lagi sekadar rutinitas publikasi teknis, melainkan sebuah proses manajerial yang utuh mulai dari perencanaan strategi konten yang terukur, pengorganisasian tata kelola tim yang jelas, pelaksanaan komunikasi yang konsisten, hingga pengawasan yang ketat terhadap narasi institusi. Kedua, penerapan komunikasi dua arah berbasis *engagement* dan partisipasi publik yang mengubah paradigma penyiaran informasi satu arah menjadi dialog interaktif, di mana institusi secara aktif membangun keterikatan dengan audiens melalui responsivitas dan keterbukaan terhadap aspirasi masyarakat. Ketiga, penggunaan data analitik sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan strategis yang memungkinkan humas untuk mengolah metrik digital menjadi informasi berharga, sehingga setiap langkah kebijakan komunikasi diambil berdasarkan bukti nyata dan tren perilaku publik, bukan sekadar asumsi. Tanpa integrasi ketiga dimensi tersebut, transformasi digital dalam institusi pendidikan tinggi hanya akan bersifat

⁹ Linjuan Rita Men and Wan-Hsiu Sunny Tsai, "Public Engagement with CEOs on Social Media: Motivations and Relational Outcomes," *Public Relations Review* 42, no. 5 (2016): 932–42. h. 933-935

administratif untuk menggugurkan kewajiban eksistensi di dunia maya, bukan merupakan langkah strategis yang berdampak pada penguatan reputasi lembaga.

Namun, implementasi ketiga dimensi tersebut di lingkungan perguruan tinggi sering kali menghadapi tantangan kompleks yang bersifat teknis maupun struktural. Tantangan utama terletak pada kesenjangan kompetensi sumber daya manusia dalam menguasai keahlian digital baru serta adanya resistensi kultural terhadap pola komunikasi dua arah yang lebih terbuka dan responsif. Selain itu, keterbatasan infrastruktur pendukung untuk pengolahan data analitik dan tuntutan akan kecepatan manajemen krisis di tengah banjir informasi menjadi hambatan nyata dalam menjaga konsistensi narasi institusi. Tanpa komitmen kuat untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, upaya digitalisasi kehumasan berisiko terhenti pada tataran teknis tanpa mampu menyentuh esensi strategis dalam penguatan reputasi lembaga.

IAIN Curup sebagai salah satu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) memiliki tanggung jawab moral dan akademik dalam membangun reputasi kelembagaan yang profesional dan berintegritas. Dalam menghadapi kompetisi pendidikan tinggi yang semakin dinamis, pemanfaatan teknologi digital menjadi kebutuhan strategis untuk memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan transparansi informasi, serta membangun citra positif institusi.¹⁰

Berdasarkan pengamatan awal IAIN Curup telah memanfaatkan website resmi dan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok

¹⁰ IAIN Curup, Hasil Observasi Awal. Desember 2025.

untuk menyampaikan informasi akademik, kegiatan tridharma, serta publikasi prestasi.¹¹

Selain itu, tantangan yang dihadapi meliputi kompetensi digital sumber daya manusia, integrasi strategi komunikasi, ketersediaan infrastruktur, serta budaya organisasi yang adaptif terhadap perubahan. OECD menekankan bahwa keberhasilan transformasi digital di institusi pendidikan memerlukan sinergi antara kebijakan, kapasitas SDM, sistem monitoring, dan kepemimpinan yang visioner. Dengan demikian, transformasi digital dalam kehumasan tidak dapat dilepaskan dari komitmen manajerial pimpinan institusi.¹²

Dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, pengelolaan komunikasi tidak hanya berorientasi pada pencitraan, tetapi juga pada nilai amanah, kejujuran, dan akuntabilitas.¹³ Allah Berfirman dalam QS. Al-Ahzab ayat 70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan Kemenag 2019

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab 33:70).

Ayat ini menegaskan dua prinsip fundamental dalam komunikasi, yaitu dimensi spiritual (*ittaqūllāh*) dan dimensi etis-komunikatif (*qawlan sadīdan*). Dalam konteks manajemen pendidikan Islam, kedua prinsip ini tidak dapat dipisahkan dari praktik pengelolaan komunikasi kelembagaan, termasuk dalam manajemen kehumasan berbasis digital. Dalam perspektif manajemen humas,

¹¹ IAIN Curup, Hasil Observasi Awal. Desember 2025.

¹² IAIN Curup, Hasil Observasi Awal. Desember 2025.

¹³ Nur Gamar and Putriani L. Maliki, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam* (Penerbit NEM, 2025). h. 12

prinsip tersebut menekankan pentingnya etika profesi yang bersumber dari nilai ketakwaan. Komunikasi bukan sekadar instrumen taktis untuk memoles reputasi, melainkan sebuah proses manajerial yang akuntabel. Makna *qawlan sadīdan* selaras dengan standar transparansi dan objektivitas dalam dunia kehumasan digital. Secara operasional, ini berarti manajemen humas wajib mengedepankan akurasi informasi dan integritas konten, di mana setiap narasi yang diproduksi harus berbasis data yang sah (*evidence-based*) serta bebas dari unsur penyesatan publik demi menjaga kepercayaan jangka panjang.

Melalui perspektif manajemen modern, citra positif institusi dibangun melalui konsistensi pesan dan kredibilitas informasi (Fombrun). Namun dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, kualitas lembaga tidak hanya diukur dari persepsi publik semata, melainkan juga dari integritas nilai yang mendasarinya. Dengan demikian, komunikasi yang amanah menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan publik (*public trust*). Kepercayaan tersebut tidak lahir dari intensitas publikasi saja, melainkan dari kebenaran dan konsistensi informasi yang disampaikan.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan IAIN Curup merupakan proses transformasi strategis yang menuntut integrasi antara teori manajemen modern, komunikasi digital berbasis data, dan nilai-nilai keislaman. Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana fungsi manajemen diterapkan dalam pengelolaan humas digital, bagaimana tingkat

keterlibatan publik terbentuk melalui media sosial, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitasnya.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan mendeskripsikan praktik yang ada, tetapi juga menganalisis kesesuaian antara teori dan praktik, sehingga dapat dirumuskan model pengelolaan kehumasan digital yang lebih strategis, sistematis, adaptif, dan berlandaskan nilai-nilai manajemen pendidikan Islam.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan IAIN Curup yang mencakup aspek:

1. Perencanaan program kehumasan berbasis digital
2. Pengorganisasian dan pengelolaan SDM humas digital
3. Pelaksanaan strategi komunikasi digital
4. Evaluasi dan pengawasan kegiatan kehumasan berbasis digital

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pemanfaatan teknologi digital dalam perencanaan program kehumasan IAIN Curup?
2. Bagaimana pemanfaatan teknologi digital dalam pengorganisasian dan pelaksanaan dalam program kehumasan IAIN Curup?
3. Bagaimana evaluasi serta kendala dalam pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan IAIN Curup?

D. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pemanfaatan teknologi digital dalam perencanaan program kehumasan IAIN Curup.
2. Menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengorganisasian dan pelaksanaan dalam program kehumasan IAIN Curup.
3. Mengidentifikasi bentuk evaluasi dan kendala dalam pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan IAIN Curup.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan khazanah ilmu manajemen pendidikan Islam, khususnya dalam kajian manajemen kehumasan berbasis teknologi digital di perguruan tinggi keagamaan Islam. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai integrasi fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan) dengan pemanfaatan teknologi digital dalam praktik kehumasan institusi pendidikan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan konseptual bagi pengembangan model manajemen kehumasan digital yang relevan dengan karakteristik Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN), yang tidak hanya berorientasi pada pencitraan kelembagaan, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai profesionalitas, transparansi, dan akuntabilitas dalam perspektif manajemen pendidikan Islam.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman akademik mengenai transformasi digital dalam tata kelola

komunikasi pendidikan tinggi, sekaligus menjadi referensi teoritis bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji manajemen kehumasan dalam konteks digitalisasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan pengelolaan kehumasan di lingkungan IAIN Curup maupun lembaga pendidikan tinggi lainnya.

Bagi IAIN Curup, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam penyusunan kebijakan strategis, peningkatan kualitas perencanaan program humas digital, penguatan sistem koordinasi internal, serta pengembangan mekanisme evaluasi yang lebih terukur dan berkelanjutan.

Bagi pengelola humas, penelitian ini dapat menjadi referensi praktis dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan komunikasi digital, baik melalui website resmi, media sosial, maupun platform digital lainnya. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai praktik manajerial yang lebih sistematis, sehingga pengelolaan konten, strategi komunikasi, dan interaksi dengan publik dapat dilakukan secara profesional dan terarah.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan empiris dalam mengkaji topik serupa, khususnya yang berkaitan dengan manajemen kehumasan berbasis digital di lembaga pendidikan tinggi. Penelitian ini juga dapat membuka peluang pengembangan studi lanjutan yang lebih spesifik,

seperti analisis efektivitas media sosial dalam membangun reputasi institusi, pengaruh literasi digital terhadap kinerja humas, atau pengembangan model manajemen komunikasi digital di perguruan tinggi Islam.

BAB II

LANDASAN TEORITIK DAN KAJIAN PENELITIAN RELEVAN

A. Landasan Teori

1. Konsep Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Secara etimologis, manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur atau mengelola. Secara terminologis, manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.¹⁴

George R. Terry mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) untuk menentukan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Konsep ini dikenal dengan fungsi POAC.¹⁵

Henri Fayol juga mengemukakan fungsi manajemen yang meliputi *planning, organizing, commanding, coordinating, dan controlling*.¹⁶ Sementara Robbins dan Coulter menegaskan bahwa manajemen adalah proses koordinasi aktivitas kerja sehingga kegiatan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif melalui orang lain.¹⁷

¹⁴ Cia Cai Cen, *Pengantar Manajemen* (PT Inovasi Pratama Internasional, 2023). h. 2

¹⁵ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 9

¹⁶ Henri Fayol, *General and Industrial Management* (Ravenio Books, 2016). h. 43

¹⁷ Stephen P. Robbins et al., *Manajemen Jilid 1*, 2016. h.7

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses sistematis yang melibatkan perencanaan tujuan, pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan kegiatan, serta pengawasan dan evaluasi untuk mencapai hasil yang optimal.

b. Fungsi Manajemen (POAC)

Dalam penelitian ini, fungsi manajemen mengacu pada teori George R. Terry yaitu:

1) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan proses menetapkan tujuan serta merumuskan strategi untuk mencapainya. Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang paling mendasar dan menjadi titik awal bagi fungsi-fungsi manajemen lainnya. Secara teoretis, perencanaan adalah proses intelektual yang menentukan arah organisasi di masa depan. Menurut George R. Terry, perencanaan adalah pemilihan dan menghubungkan fakta-fakta, serta membuat dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa depan dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹⁸

Fungsi perencanaan mencakup penetapan tujuan dan penentuan strategi untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif dan efisien. Perencanaan berfungsi sebagai pedoman untuk meminimalisir ketidakpastian serta mencegah terjadinya pemborosan sumber daya.

¹⁸ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 17

Secara komprehensif, perencanaan yang sistematis harus mampu menjawab unsur 5W+1H, yaitu:

- a) *What* (Apa): Menentukan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai.
- b) *Why* (Mengapa): Menetapkan alasan logis di balik pemilihan tujuan tersebut.
- c) *Where* (Di mana): Menentukan lokasi atau ruang lingkup pelaksanaan kegiatan.
- d) *When* (Kapan): Menyusun jadwal dan batasan waktu pelaksanaan.
- e) *Who* (Siapa): Menetapkan pembagian personalia yang akan terlibat dalam pelaksanaan.
- f) *How* (Bagaimana): Merumuskan metode, prosedur, dan strategi kerja yang akan digunakan.¹⁹

Dalam praktiknya, efektivitas fungsi perencanaan dapat diukur melalui beberapa indikator utama, antara lain:

- a) Penetapan Visi dan Misi: Pernyataan mengenai tujuan jangka panjang dan nilai-nilai dasar yang menjadi arah kebijakan organisasi.
- b) Perumusan Sasaran (*Objectives*): Hasil-hasil spesifik yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu.
- c) Penyusunan Strategi: Langkah-langkah atau kebijakan besar yang diambil untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- d) Penganggaran (*Budgeting*): Alokasi sumber daya finansial dan material yang dibutuhkan dalam setiap tahapan kegiatan.

¹⁹ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 19

- e) Standar Operasional Prosedur (SOP): Urutan kerja yang baku dan sistematis untuk menjamin konsistensi pencapaian hasil.²⁰

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses pengaturan sumber daya dan pembagian tugas untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian merupakan langkah lanjutan setelah perencanaan ditetapkan, yang berfungsi untuk mengatur dan mengalokasikan sumber daya organisasi guna mencapai tujuan secara efektif. Menurut George R. Terry, pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien dan memperoleh kepuasan pribadi dalam melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran.²¹

Esensi dari fungsi pengorganisasian adalah penyelarasan antara struktur organisasi dengan sumber daya yang tersedia. Proses ini memastikan bahwa setiap individu dalam organisasi memiliki peran yang jelas dan tanggung jawab yang terukur. Dalam praktiknya, pengorganisasian melibatkan pembagian kerja (*division of work*) yang logis, di mana tugas-tugas besar dipecah menjadi unit-unit kecil yang lebih spesifik agar dapat dikelola dengan optimal.

Secara komprehensif, efektivitas fungsi pengorganisasian dapat ditinjau melalui beberapa indikator utama, antara lain:

²⁰ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²¹ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 63

- a) Struktur Organisasi: Kerangka formal yang menunjukkan hubungan pelaporan, rentang kendali, dan saluran komunikasi antar unit kerja.
- b) Pembagian Tugas (*Job Description*): Penjabaran tugas secara rinci bagi setiap personil untuk menghindari tumpang tindih kewenangan (*overlapping*).
- c) Pendelegasian Wewenang: Penyerahan tanggung jawab dan hak pengambilan keputusan dari pimpinan kepada bawahan sesuai dengan kapasitas dan kompetensinya.
- d) Penempatan Personalia (*Staffing*): Prinsip penempatan individu yang tepat pada posisi yang tepat (*the right man on the right place*) berdasarkan kualifikasi dan keahlian yang dimiliki.
- e) Koordinasi Antar Unit: Mekanisme penyelarasan berbagai aktivitas organisasi agar tercipta sinergi dan harmonisasi dalam pencapaian tujuan bersama.²²

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa pengorganisasian merupakan wadah yang menyatukan seluruh elemen organisasi ke dalam satu sistem kerja yang terpadu. Fungsi ini mengubah rencana yang bersifat konseptual menjadi struktur kerja yang operasional. Melalui pengorganisasian yang sistematis, pemanfaatan sumber daya manusia dan fasilitas organisasi dapat dilakukan secara optimal, sehingga setiap aktivitas yang dijalankan memiliki dasar hukum dan garis koordinasi yang jelas dalam upaya mewujudkan visi organisasi.

²² Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 64

3) *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan adalah implementasi dari rencana yang telah disusun. *Actuating* atau penggerakan merupakan fase implementasi dari seluruh perencanaan dan pengorganisasian yang telah disusun sebelumnya. Fungsi ini menitikberatkan pada aspek kemanusiaan dan kepemimpinan dalam manajemen. Menurut George R. Terry, *actuating* adalah usaha untuk menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran organisasi dan sasaran anggota-anggota organisasi tersebut, oleh karena para anggota itu juga ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut.²³

Berbeda dengan fungsi lainnya yang bersifat konseptual dan struktural, *actuating* bersifat operasional dan sangat bergantung pada kemampuan manajerial dalam memotivasi serta mengarahkan personil. Fokus utama dalam tahap ini adalah menciptakan harmoni antara tujuan individu dengan tujuan organisasi, sehingga tercipta iklim kerja yang produktif.

Secara komprehensif, efektivitas fungsi pelaksanaan dapat ditinjau melalui beberapa indikator utama, antara lain:

- a) Kepemimpinan (*Leadership*): Kemampuan pimpinan dalam memengaruhi, mengarahkan, dan membimbing bawahan untuk melaksanakan tugas sesuai standar yang ditetapkan.

²³ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 103

- b) Motivasi (*Motivating*): Pemberian dorongan baik secara materiil maupun non-materiil agar setiap anggota organisasi memiliki semangat kerja yang tinggi.
- c) Komunikasi (*Communication*): Proses penyampaian informasi, instruksi, dan umpan balik yang efektif antara atasan dan bawahan guna menghindari kesalahpahaman kerja.
- d) Pemberian Instruksi (*Directing*): Penjelasan yang jelas mengenai tata cara pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan.²⁴
- e) Koordinasi Lapangan: Penyelarasan aktivitas antar unit kerja pada saat operasional berlangsung untuk memastikan efisiensi waktu dan tenaga.²⁵

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa *actuating* merupakan inti dari proses manajemen karena menjadi motor penggerak bagi seluruh sumber daya organisasi. Tanpa adanya fungsi pelaksanaan yang efektif, maka rencana dan struktur organisasi hanya akan menjadi dokumen statis tanpa realisasi. Keberhasilan tahap ini sangat ditentukan oleh kualitas hubungan manusiawi (*human relations*) dan kecakapan komunikasi yang dibangun oleh para pengambil kebijakan, sehingga setiap elemen organisasi bergerak secara sinergis menuju pencapaian visi yang telah disepakati bersama.

²⁴ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 107

²⁵ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 110

4) *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi)

Pengawasan merupakan proses pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan untuk memastikan kesesuaian dengan rencana. *Controlling* atau pengawasan merupakan fungsi terakhir dalam siklus manajemen POAC yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian aktivitas organisasi berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Menurut George R. Terry, pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses penentuan apa yang telah dicapai, mengukur kinerja terhadap standar, dan jika perlu, mengambil tindakan korektif sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana.²⁶

Fungsi pengawasan bukan bertujuan untuk mencari kesalahan personil, melainkan sebagai mekanisme penjaminan mutu dan efektivitas kerja. Melalui pengawasan, manajemen dapat mendeteksi secara dini adanya penyimpangan (*deviation*) atau hambatan yang terjadi di lapangan, sehingga dapat segera dilakukan perbaikan demi tercapainya efisiensi organisasi.

Secara komprehensif, efektivitas fungsi pengawasan dapat ditinjau melalui beberapa indikator utama, antara lain:

- a) Penetapan Standar Kinerja: Penentuan tolok ukur atau kriteria keberhasilan yang jelas sebagai acuan dalam melakukan penilaian.

²⁶ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 145

- b) Pengukuran Hasil Kerja: Proses pemantauan dan pengumpulan data mengenai capaian aktual yang telah dihasilkan dalam kurun waktu tertentu.
- c) Pembandingan (*Comparison*): Tahap membandingkan antara hasil kerja nyata dengan standar atau rencana awal untuk mengetahui adanya selisih atau kesenjangan.
- d) Tindakan Korektif: Langkah-langkah perbaikan yang diambil apabila ditemukan penyimpangan guna mengembalikan aktivitas ke jalur yang seharusnya.
- e) Pelaporan (*Reporting*): Penyajian data hasil pengawasan secara periodik sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan dalam pengambilan keputusan selanjutnya.²⁷

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa pengawasan merupakan fungsi yang bersifat berkelanjutan dan berfungsi sebagai umpan balik (*feedback*) bagi siklus manajemen berikutnya. Fungsi ini menutup rangkaian proses manajemen sekaligus memberikan dasar informasi untuk penyusunan perencanaan (*planning*) di masa mendatang. Dengan sistem pengawasan yang kuat, organisasi dapat menjamin akuntabilitas kinerjanya serta memastikan bahwa setiap sumber daya yang digunakan memberikan kontribusi nyata bagi pencapaian visi dan misi organisasi secara berkelanjutan.

²⁷ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 152

c. Manajemen dalam Perspektif Pendidikan Islam

Dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, pengelolaan organisasi tidak hanya berorientasi pada efektivitas dan efisiensi, tetapi juga pada nilai amanah, kejujuran, dan akuntabilitas.²⁸ Allah juga berfirman dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 tentang mengingatkan pentingnya verifikasi informasi sebelum disampaikan kepada public sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ
مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahan Kemenag 2019

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu (QS. Al-Hujarat 49:6)."

Prinsip ini sangat relevan dalam era digital yang rentan terhadap disinformasi. Dengan demikian, transformasi digital dalam kehumasan PTKIN harus mengintegrasikan profesionalitas manajerial dengan etika komunikasi Islam. Ayat ini menegaskan prinsip *tabayyun* (verifikasi informasi) sebagai fondasi dalam komunikasi. Dalam konteks manajemen pendidikan Islam, prinsip ini memiliki relevansi yang sangat kuat, terutama dalam era digital yang ditandai dengan arus informasi yang cepat, masif, dan sering kali tidak terverifikasi. Prinsip *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 mengandung dimensi manajerial dan etis yang sangat penting dalam pengelolaan kehumasan berbasis digital. Di satu sisi, ayat ini menekankan pentingnya proses klarifikasi dan validasi sebelum informasi disebarluaskan.

²⁸ Gamar and Maliki, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. h. 45

Di sisi lain, ayat ini juga mengandung peringatan bahwa kesalahan dalam menyampaikan informasi dapat menimbulkan dampak reputasional dan sosial yang serius.

Dalam perspektif teori komunikasi modern, konsep ini sejalan dengan pendekatan *data-driven communication* (Zerfass et al.) yang menekankan bahwa keputusan komunikasi harus berbasis data yang akurat dan analisis yang terukur.²⁹ Selain itu, dalam teori *Reputation Management* (Fombrun), kredibilitas institusi sangat bergantung pada konsistensi dan keakuratan informasi yang disampaikan kepada publik.³⁰ Dengan demikian, prinsip *tabayyun* dalam Islam memiliki kesesuaian dengan prinsip validitas dan akurasi informasi dalam teori manajemen komunikasi kontemporer. Dengan demikian, manajemen dalam pendidikan Islam merupakan proses pengelolaan yang profesional sekaligus bernilai spiritual dan etis.

2. Manajemen Kehumasan

a. Pengertian Kehumasan

Cutlip, Center, dan Broom mendefinisikan public relations sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.³¹ Grunig dan Hunt melalui *Excellence Theory* menegaskan bahwa humas yang efektif adalah humas yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis dan menerapkan komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*).³²

²⁹ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 112

³⁰ Fombrun, *Reputatiemanagement*. h. 78

³¹ Cutlip et al., "Public Relations." h. 6

³² Grunig and Grunig, "Excellence Theory in Public Relations." h. 327

Dari definisi tersebut, kehumasan bukan sekadar aktivitas publikasi, tetapi fungsi manajerial strategis yang berperan dalam membangun citra, reputasi, dan kepercayaan publik.

b. Fungsi dan Peran Kehumasan

Dalam lembaga pendidikan tinggi, fungsi kehumasan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis. Secara konseptual, Cutlip, Center, dan Broom (*Effective Public Relations*) menyatakan bahwa *public relations* berfungsi membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.³³ Sementara itu, Grunig dan Hunt (1984) melalui *Excellence Theory* menegaskan bahwa humas yang efektif harus menjalankan komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*) serta terlibat dalam proses pengambilan keputusan strategis organisasi.³⁴

Berdasarkan perspektif tersebut, fungsi humas dalam lembaga pendidikan tinggi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Penyampai Informasi Akademik dan Kelembagaan

Humas berperan sebagai saluran resmi dalam menyampaikan informasi akademik, kebijakan institusi, program tridharma perguruan tinggi, serta berbagai kegiatan kelembagaan. Menurut Cutlip et al., fungsi komunikasi informatif merupakan fondasi utama dalam membangun pemahaman publik terhadap organisasi. Dalam konteks perguruan tinggi,

³³ Cutlip et al., "Public Relations." h. 328

³⁴ James E. Grunig et al., "The Excellence Theory," (*Public Relations Theory II*, 2006), 21–62. h. 35-38

fungsi ini mencerminkan peran humas sebagai *communication facilitator* yang memastikan informasi tersampaikan secara jelas, akurat, dan tepat waktu.

2) Pembentuk dan Penjaga Citra Institusi

Citra (*image*) merupakan persepsi publik terhadap organisasi. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa citra terbentuk melalui pengalaman, komunikasi, dan simbol yang ditampilkan organisasi kepada publiknya.³⁵ Humas memiliki tanggung jawab dalam membangun citra positif melalui strategi komunikasi yang konsisten dan terencana. Grunig menekankan bahwa citra yang kuat lahir dari komunikasi yang jujur dan terbuka, bukan sekadar publikasi satu arah.

3) Mediator Komunikasi antara Institusi dan Publik

Dozier dan Broom mengemukakan bahwa humas berperan sebagai *communication technician* sekaligus *communication manager*.³⁶ Dalam peran manajerial, humas menjadi mediator yang menjembatani kepentingan organisasi dengan kebutuhan dan aspirasi publik. Fungsi mediasi ini sangat penting dalam perguruan tinggi, karena institusi harus mampu mendengarkan umpan balik mahasiswa, alumni, dan masyarakat sebagai bagian dari peningkatan mutu layanan pendidikan.

³⁵ Philip Kotler, *A Framework for Marketing Management* (Pearson Education India, 2004). h. 168

³⁶ David M. Dozier et al., *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management* (Routledge, 2013). h. 11

4) Pengelola Reputasi dan Kepercayaan Publik

Fombrun dalam teori *Reputation Management* menyatakan bahwa reputasi merupakan representasi kolektif dari persepsi publik terhadap kredibilitas, kinerja, dan integritas organisasi.³⁷ Reputasi dibangun melalui konsistensi pesan, kredibilitas informasi, transparansi, serta responsivitas terhadap isu publik. Dalam era digital, reputasi sangat dipengaruhi oleh kecepatan respons institusi terhadap informasi dan interaksi publik di media sosial.

Fombrun juga menekankan bahwa reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan publik (*public trust*), daya saing organisasi, serta legitimasi sosial. Dalam konteks pendidikan tinggi, reputasi yang kuat dapat meningkatkan minat calon mahasiswa, memperluas kemitraan, serta memperkuat posisi institusi dalam persaingan global.

Dengan demikian, berdasarkan teori Cutlip, Grunig, Dozier, Kotler, dan Fombrun, fungsi humas dalam perguruan tinggi tidak terbatas pada aktivitas publikasi, melainkan mencakup pengelolaan komunikasi strategis yang berorientasi pada pembentukan citra, pemeliharaan reputasi, serta pembangunan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

c. Manajemen Kehumasan

Zerfass et al dalam *Strategic Communication Management* menekankan bahwa komunikasi organisasi harus terintegrasi dalam strategi institusi dan berbasis data (*data-driven communication*). Secara operasional,

³⁷ Fombrun, *Reputatiemanagement*. h. 11

hal ini menuntut manajemen kehumasan untuk dirancang secara sistematis, yang mencakup penyelarasan pesan dengan visi institusi, pemanfaatan data analitik dalam pengambilan keputusan, hingga pelaksanaan evaluasi yang terukur melalui indikator kinerja utama. Dengan demikian, fungsi humas bertransformasi dari sekadar unit publikasi menjadi bagian integral dari strategi manajemen yang akuntabel.³⁸ Berikut adalah diantaranya:

- 1) Integrasi Strategis (*Strategic Alignment*) Komunikasi tidak boleh berdiri sendiri sebagai aktivitas pendukung, melainkan harus menyatu dengan strategi besar institusi. Artinya, setiap pesan, konten, dan program kehumasan yang dijalankan harus ditujukan untuk mencapai visi, misi, dan tujuan jangka panjang perguruan tinggi. Humas berfungsi sebagai jembatan yang menyelaraskan kepentingan organisasi dengan ekspektasi publik.
- 2) Komunikasi Berbasis Data (*Data-Driven Communication*) Manajemen kehumasan modern meninggalkan pola "perasaan" atau intuisi dan beralih pada data. Poin ini menekankan penggunaan data (seperti tren media sosial, analisis sentimen, dan demografi audiens) untuk:
 - a) Menentukan jenis konten yang paling dibutuhkan publik.
 - b) Memilih platform yang paling efektif untuk menyebarkan informasi.
 - c) Memprediksi potensi krisis sebelum membesar di ruang publik.
- 3) Perencanaan Sistematis (*Systematic Planning*) Kehumasan harus dirancang melalui proses manajerial yang terukur. Hal ini mencakup

³⁸ Zeff et al., *Communication Management*. h. 45

identifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder mapping*), penyusunan pesan kunci (*key messaging*), dan pemilihan kanal komunikasi yang tepat. Perencanaan ini memastikan bahwa komunikasi dilakukan secara proaktif, bukan sekadar reaktif terhadap isu yang muncul.

- 4) Evaluasi Berbasis Indikator Kinerja (*KPI-Based Evaluation*) Keberhasilan kehumasan harus dapat dibuktikan secara empiris melalui Indikator Kinerja Utama (KPI). Indikator ini mencakup metrik kuantitatif (seperti jumlah jangkauan, interaksi, dan tingkat konversi informasi) maupun kualitatif (seperti perubahan persepsi publik dan tingkat kepercayaan). Evaluasi ini menjadi basis untuk perbaikan strategi pada periode berikutnya.
- 5) Profesionalisme Manajemen (*Management Function*) Poin ini mempertegas bahwa humas adalah fungsi manajemen yang memerlukan keahlian khusus dalam mengelola arus informasi. Zerfass menekankan bahwa tanpa manajemen yang sistematis, komunikasi hanya akan menjadi aktivitas teknis publikasi yang kehilangan daya tawar strategisnya di hadapan pimpinan dan publik.

d. Manajemen Kehumasan POAC

1) *Planning* (Perencanaan) dalam Manajemen Kehumasan

Perencanaan merupakan proses menetapkan tujuan serta merumuskan strategi untuk mencapainya. Dalam konteks kehumasan, perencanaan merupakan tahap paling krusial karena menjadi penentu arah komunikasi lembaga dengan publiknya. Perencanaan humas bukan

sekadar menyusun jadwal kegiatan, melainkan proses strategis untuk mengantisipasi opini publik dan merancang pesan yang selaras dengan visi lembaga. Menurut Cutlip, Center & Broom, perencanaan humas melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, termasuk identifikasi khalayak penentu serta menetapkan strategi untuk setiap khalayak tersebut. Sejalan dengan hal tersebut,³⁹ George R. Terry mendefinisikan perencanaan sebagai pemilihan dan menghubungkan fakta-fakta, serta membuat dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa depan dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁴⁰

Dalam konteks kehumasan digital, perencanaan meliputi penyusunan strategi komunikasi digital, perencanaan konten, penetapan target audiens, serta indikator keberhasilan. Perencanaan yang sistematis dalam manajemen kehumasan mencakup beberapa aspek inti sebagai berikut:

- a) Penetapan Visi dan Misi: Pernyataan mengenai tujuan jangka panjang dan nilai-nilai dasar yang menjadi arah kebijakan komunikasi lembaga. Visi dan misi kehumasan harus selaras dengan visi misi organisasi agar citra yang dibangun memiliki landasan yang kuat.
- b) Perumusan Sasaran (*Objectives*): Penentuan hasil-hasil spesifik yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu melalui aktivitas kehumasan,

³⁹ Cutlip et al., "Public Relations." h. 242

⁴⁰ George R. Terry and Leslie W. Rue, "Dasar-Dasar Manajemen (Terjemahan: GA Ticoalu)," Jakarta: Bina Aksara, 2000. h. 17

seperti peningkatan jumlah pendaftar atau penguatan kepercayaan publik di media digital.

- c) Penyusunan Strategi: Langkah-langkah atau kebijakan besar yang diambil untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan, termasuk di dalamnya strategi penanganan isu, manajemen konten, dan taktik komunikasi publik bagi setiap khalayak penentu.
- d) Identifikasi Khalayak Sasaran (*Target Audience*): Proses pengelompokan publik secara spesifik, baik publik internal (staf, guru, siswa) maupun publik eksternal (orang tua, media, dan masyarakat umum).
- e) Perencanaan Konten dan Media: Penentuan isi pesan informasi serta pemilihan saluran komunikasi yang paling efektif, mulai dari media konvensional hingga platform digital seperti media sosial dan website lembaga.
- f) Indikator Keberhasilan: Penetapan standar atau parameter yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tujuan komunikasi telah tercapai. Indikator ini mencakup aspek kuantitatif (seperti jumlah jangkauan dan interaksi di media digital) maupun kualitatif (seperti sentimen positif publik dan tingkat pemahaman masyarakat terhadap informasi lembaga).⁴¹

⁴¹ Deborah A. Silverman and Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relations* (Routledge, 2024), <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003348467/strategic-planning-public-relations-ronald-smith-deborah-silverman>. h. 74

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa perencanaan kehumasan berfungsi sebagai peta jalan (*roadmap*) bagi lembaga dalam mengelola arus informasi. Perencanaan yang matang memungkinkan humas untuk bersikap proaktif dalam menghadapi isu dan memastikan bahwa setiap aktivitas komunikasi memiliki dasar hukum, sasaran yang jelas, serta dukungan sumber daya yang memadai untuk menciptakan kesepahaman antara lembaga dengan masyarakat.

2) *Organizing* (Pengorganisasian) dalam Manajemen Kehumasan

Setelah perencanaan ditetapkan, langkah selanjutnya adalah pengorganisasian yang berfungsi sebagai wadah untuk merealisasikan strategi komunikasi yang telah disusun. Pengorganisasian kehumasan melibatkan pengaturan sumber daya manusia, pembagian wewenang, dan penetapan tata kerja yang jelas. Menurut George R. Terry, pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

Dalam konteks kehumasan, pengorganisasian bukan sekadar membentuk struktur, tetapi memastikan adanya garis koordinasi yang jelas antara tim humas dengan pimpinan lembaga serta unit kerja lainnya. Secara teoretis, efektivitas fungsi pengorganisasian kehumasan dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Struktur Organisasi Kehumasan: Ketersediaan kerangka formal yang menunjukkan kedudukan fungsi humas dalam lembaga, baik sebagai

unit mandiri maupun di bawah koordinasi pimpinan, yang menentukan jalur birokrasi dan kecepatan pengambilan keputusan.

- b) Pembagian Tugas (*Job Description*): Kejelasan penjabaran tugas secara spesifik bagi setiap personil humas (seperti administrator media sosial, penulis berita, fotografer, atau protokoler) untuk menghindari tumpang tindih kewenangan.
- c) Pendelegasian Wewenang: Pemberian hak kepada anggota tim humas untuk mengambil keputusan teknis sesuai kapasitasnya, misalnya dalam merespons interaksi di media digital atau memberikan informasi awal kepada publik.
- d) Penempatan Personalia (*Staffing*): Prinsip penempatan individu yang memiliki latar belakang kompetensi komunikasi, jurnalistik, atau desain grafis pada posisi yang tepat (*the right man on the right place*).
- e) Ketersediaan Fasilitas dan Sarana Kerja: Dukungan sarana prasarana yang menunjang aktivitas kehumasan, seperti ruang media, perangkat dokumentasi, serta akses perangkat lunak untuk pengelolaan konten digital.
- f) Koordinasi Antar Unit: Mekanisme penyelarasan informasi dari seluruh divisi di lembaga agar data yang disampaikan oleh humas bersifat valid dan terintegrasi (satu pintu).

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa pengorganisasian kehumasan merupakan mesin penggerak yang mengubah rencana konseptual menjadi struktur kerja yang operasional.

Melalui pengorganisasian yang efektif, setiap anggota tim mengetahui tanggung jawabnya masing-masing sehingga meminimalisir terjadinya hambatan komunikasi internal. Dengan struktur yang solid, lembaga dapat merespons dinamika informasi secara cepat dan terorganisir, sekaligus menjaga konsistensi citra lembaga di mata publik.

3) *Actuating* (Pelaksanaan) dalam Manajemen Kehumasan

Actuating atau pelaksanaan merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun. Dalam konteks ini, pelaksanaan mencakup produksi konten digital, publikasi informasi melalui website dan media sosial, serta interaksi dengan publik. Fungsi ini menitikberatkan pada aspek operasional, kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal. Menurut George R. Terry, *actuating* adalah usaha untuk menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran organisasi serta sasaran anggota-anggota tersebut.⁴²

Dalam manajemen kehumasan, tahap pelaksanaan adalah momen di mana seluruh strategi komunikasi diwujudkan menjadi aksi nyata untuk membangun citra lembaga. Keberhasilan fungsi ini sangat bergantung pada kemampuan manajerial dalam memberikan pengarahan yang jelas kepada setiap personil. Secara teoretis, efektivitas fungsi pelaksanaan kehumasan dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

⁴² Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 63

- a) Produksi Konten Digital: Aktivitas pembuatan materi komunikasi yang variatif, mulai dari tulisan berita, desain grafis, hingga konten video yang sesuai dengan identitas lembaga.
- b) Publikasi Informasi: Proses penyebaran informasi secara konsisten melalui saluran resmi seperti website dan berbagai platform media sosial untuk menjangkau khalayak luas.
- c) Interaksi dengan Publik: Kemampuan humas dalam membangun komunikasi dua arah, merespons pertanyaan, serta mengelola komentar atau umpan balik dari masyarakat di ruang digital maupun luring.
- d) Kepemimpinan dan Pengarahan (*Directing*): Peran pimpinan dalam membimbing tim humas agar bekerja sesuai dengan standar etika komunikasi dan jadwal yang telah ditetapkan.
- e) Motivasi Kerja: Pemberian dorongan kepada staf humas agar tetap kreatif dan responsif dalam menghadapi dinamika informasi yang berkembang cepat.
- f) Koordinasi Operasional: Penyelarasan kerja antar anggota tim (seperti sinkronisasi antara tim liputan dan tim editor) untuk memastikan kualitas publikasi yang terjaga.⁴³

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa *actuating* merupakan motor penggerak utama dalam manajemen kehumasan. Tanpa pelaksanaan yang efektif dan interaktif, perencanaan yang matang tidak

⁴³ Malayu SP Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, 2007, <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=8654&lokasi=lokal>. h. 125

akan memberikan dampak pada persepsi publik. Keberhasilan tahap ini ditentukan oleh kemahiran lembaga dalam mengelola konten dan menjaga hubungan komunikasi yang harmonis dengan khalayak, sehingga tercipta kesepahaman yang menguntungkan bagi citra lembaga.

4) *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi) dalam Manajemen Kehumasan

Controlling atau pengawasan merupakan fungsi terakhir dalam siklus manajemen POAC yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian aktivitas kehumasan berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang telah ditetapkan. Menurut George R. Terry, pengawasan adalah proses penentuan apa yang telah dicapai, mengukur kinerja terhadap standar, dan jika perlu, mengambil tindakan korektif sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana.⁴⁴

Dalam konteks kehumasan, pengawasan bukan sekadar aktivitas monitoring, melainkan upaya evaluasi terhadap efektivitas pesan dan respons publik. Dalam humas digital, *controlling* dapat dilakukan melalui analitik media sosial, evaluasi *engagement*, serta monitoring reputasi institusi.⁴⁵ Secara teoretis, efektivitas fungsi pengawasan kehumasan dapat ditinjau melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Analitik Media Sosial: Pemanfaatan data statistik dari platform digital (seperti *insight* Instagram, Facebook, atau website) untuk melihat jangkauan, jumlah klik, dan persebaran informasi yang dipublikasikan.

⁴⁴ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 145

⁴⁵ Deirdre Breakenridge, *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional* (Pearson Education, 2012). h. 162

- b) Evaluasi *Engagement* (Interaksi): Penilaian terhadap sejauh mana publik terlibat dalam konten yang disajikan, yang diukur melalui jumlah *likes*, komentar, *shares*, serta kualitas komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat.
- c) Monitoring Reputasi Institusi: Pemantauan secara berkala terhadap opini, ulasan, atau penyebaran berita terkait lembaga di ruang digital guna memastikan citra institusi tetap positif dan terhindar dari krisis komunikasi.
- d) Pembandingan dengan Standar Kinerja: Proses membandingkan capaian riil di lapangan dengan target awal (misalnya target jumlah pengikut atau target sebaran informasi) untuk mengetahui efektivitas strategi yang digunakan.
- e) Tindakan Korektif (*Corrective Action*): Langkah perbaikan yang diambil apabila ditemukan konten yang kurang efektif atau adanya sentimen negatif dari publik, guna mengembalikan arah komunikasi sesuai dengan visi lembaga.
- f) Pelaporan Periodik: Penyusunan dokumentasi hasil evaluasi sebagai bahan laporan kepada pimpinan dan dasar pertimbangan untuk perencanaan program kehumasan pada periode berikutnya.⁴⁶

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa pengawasan merupakan fungsi vital yang menjamin akuntabilitas kinerja kehumasan.

⁴⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, 2012, <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=49229&lokasi=lokal>. h. 283

Dengan adanya evaluasi berbasis data (analitik), lembaga tidak hanya sekedar menyebarkan informasi, tetapi juga memahami dampak dari informasi tersebut bagi publik. Pengawasan yang konsisten memungkinkan lembaga untuk terus beradaptasi dengan tren digital, memperbaiki kelemahan komunikasi, dan secara proaktif menjaga reputasi institusi di mata masyarakat luas.

3. Teknologi Digital dalam Kehumasan

a. Konsep Digital Public Relations

Breakenridge menjelaskan bahwa *Digital Public Relations (Digital PR)* merupakan evolusi praktik kehumasan tradisional yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan yang lebih terbuka, partisipatif, dan berbasis dialog dengan publik.⁴⁷ Dalam era digital, publik tidak lagi berperan sebagai penerima pesan pasif, melainkan sebagai aktor aktif yang dapat merespons, memproduksi ulang, bahkan memengaruhi narasi komunikasi organisasi. Oleh karena itu, Digital PR menuntut pendekatan yang lebih interaktif dan adaptif.

Secara konseptual, Digital PR menekankan beberapa karakteristik utama, yaitu:

1) Interaktivitas

Interaktivitas merupakan kemampuan media digital untuk memungkinkan komunikasi dua arah secara langsung dan real-time. Dalam konteks Digital PR, organisasi tidak hanya menyampaikan

⁴⁷ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

informasi, tetapi juga membuka ruang dialog melalui komentar, pesan langsung (*direct message*), forum diskusi, dan fitur live streaming.

Breakenridge menekankan bahwa interaktivitas memperkuat hubungan emosional antara organisasi dan publik karena terjadi pertukaran pesan yang responsif.⁴⁸ Hal ini sejalan dengan konsep *two-way symmetrical communication* dari Grunig, di mana komunikasi bersifat timbal balik dan membangun saling pengertian.⁴⁹ Dalam perguruan tinggi, interaktivitas dapat diwujudkan melalui respons terhadap pertanyaan calon mahasiswa, diskusi akademik daring, atau klarifikasi isu secara terbuka.

2) Partisipasi Publik

Digital PR memberikan ruang bagi publik untuk terlibat aktif dalam komunikasi organisasi. Publik dapat memberikan komentar, membagikan konten, membuat ulasan, serta menciptakan konten turunan (*user-generated content*). Breakenridge menyebut kondisi ini sebagai pergeseran dari *message control* menuju *shared control*, di mana organisasi tidak lagi sepenuhnya mengendalikan narasi komunikasi.⁵⁰

Dalam konteks perguruan tinggi, partisipasi publik dapat berupa testimoni mahasiswa, konten kreatif mahasiswa di media sosial, atau keterlibatan alumni dalam kampanye digital institusi. Partisipasi ini memperkuat legitimasi sosial karena pesan tidak hanya berasal dari institusi, tetapi juga dari komunitasnya.

⁴⁸ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

⁴⁹ Grunig et al., "The Excellence Theory". h. 35-36

⁵⁰ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

3) Responsivitas Cepat

Karakter utama komunikasi digital adalah kecepatan. Informasi dapat tersebar dalam hitungan detik, sehingga organisasi dituntut untuk memiliki kemampuan respons yang cepat terhadap pertanyaan, kritik, maupun isu yang berkembang. Breakenridge menegaskan bahwa responsivitas menjadi faktor kunci dalam menjaga reputasi di era digital. Dalam praktiknya, responsivitas mencakup:

- a) Menjawab pertanyaan publik secara tepat waktu
- b) Memberikan klarifikasi terhadap isu atau misinformasi
- c) Mengelola krisis komunikasi secara transparan⁵¹

Dalam lembaga pendidikan tinggi, respons lambat terhadap isu akademik atau layanan dapat memengaruhi persepsi publik terhadap profesionalitas institusi.

4) Keterlibatan Audiens (*Engagement*)

Engagement merupakan indikator utama keberhasilan Digital PR. Menurut Breakenridge, keberhasilan komunikasi digital tidak hanya diukur dari jumlah konten yang dipublikasikan, tetapi dari tingkat keterlibatan audiens terhadap konten tersebut. *Engagement* dapat diukur melalui interaksi seperti likes, komentar, *shares*, *saves*, *retweets*, *mention*, serta tingkat jangkauan (*reach*) dan impresi.⁵²

⁵¹ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

⁵² Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 120-123

Konsep ini sejalan dengan teori *Social Media Engagement* (Men & Tsai) yang menyatakan bahwa keterlibatan audiens mencerminkan kualitas hubungan antara organisasi dan publik.⁵³ Semakin tinggi *engagement*, semakin kuat hubungan emosional dan kepercayaan publik terhadap institusi.

Berdasarkan teori Breakenridge, Digital PR tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi sebagai strategi komunikasi relasional berbasis teknologi. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan IAIN Curup dapat dianalisis melalui sejauh mana interaktivitas, partisipasi publik, responsivitas cepat, dan engagement telah diintegrasikan dalam fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi).

Dengan demikian, Digital PR menuntut integrasi antara kompetensi teknologi, strategi komunikasi, dan pengelolaan hubungan publik secara berkelanjutan.

b. Media Digital dalam Kehumasan Perguruan Tinggi

Media digital yang digunakan dalam praktik kehumasan perguruan tinggi memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda-beda, namun saling melengkapi dalam membangun komunikasi strategis institusi. Pemanfaatan media digital ini menjadi bagian penting dalam implementasi *Digital Public Relations*.

⁵³ Men and Tsai, "Public Engagement with CEOs on Social Media." h. 935

1) Website Resmi Institusi

Website resmi merupakan pusat informasi digital (*official digital hub*) yang merepresentasikan identitas dan kredibilitas institusi. Menurut Kent dan Taylor dalam teori *Dialogic Communication*, website yang efektif harus memenuhi prinsip dialogis, yaitu menyediakan informasi yang bermanfaat, kemudahan navigasi, pembaruan informasi secara berkala, serta fitur interaktif yang memungkinkan komunikasi dua arah.⁵⁴

Dalam konteks perguruan tinggi, website berfungsi sebagai:

- a) Sumber informasi akademik dan administratif resmi
- b) Media publikasi berita dan prestasi institusi
- c) Sarana transparansi kebijakan dan layanan
- d) Representasi branding digital institusi

Website yang dikelola secara profesional meningkatkan kepercayaan publik karena dianggap sebagai sumber informasi yang valid dan otoritatif.

2) Media Sosial (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok)

Media sosial memiliki karakteristik interaktif, cepat, dan berbasis komunitas. Berbeda dengan website yang bersifat formal dan informatif, media sosial cenderung lebih dinamis dan partisipatif.

- a) Instagram efektif untuk visual branding melalui foto dan video singkat.

⁵⁴ Michael L. Kent and Maureen Taylor, "Toward a Dialogic Theory of Public Relations," *Public Relations Review* 28, no. 1 (2002): 21–37. h. 26

- b) Facebook mendukung penyebaran informasi komunitas dan diskusi publik.
- c) YouTube digunakan untuk publikasi video profil, dokumentasi kegiatan, dan konten edukatif.
- d) TikTok berfungsi sebagai media komunikasi kreatif yang menjangkau generasi muda secara lebih luas.

Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten berbasis pengguna (*user-generated content*), sehingga organisasi tidak lagi menjadi satu-satunya produsen informasi.⁵⁵ Oleh karena itu, pengelolaan media sosial menuntut konsistensi konten, kreativitas, serta respons cepat terhadap interaksi publik.

3) Portal Berita Online

Portal berita online berfungsi sebagai media eksternal yang membantu memperluas jangkauan publikasi institusi. Publikasi melalui media daring meningkatkan visibilitas dan legitimasi sosial lembaga. Dalam teori agenda setting (Coleman et al), media memiliki peran dalam membentuk persepsi publik terhadap isu tertentu.⁵⁶ Oleh karena itu, kerja sama humas dengan portal berita dapat memperkuat framing positif terhadap institusi.

⁵⁵ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Higher Education and the Digital Revolution: About MOOCs, SPOCs, Social Media, and the Cookie Monster," *Business Horizons* 59, no. 4 (2016): 441–50. h. 443

⁵⁶ Renita Coleman et al., "Agenda Setting," in *The Handbook of Journalism Studies* (Routledge, 2009), <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203877685-20/agenda-setting-renita-coleman-maxwell-mccombs-donald-shaw-david-weaver>. h. 147-150

4) Sistem Informasi Berbasis Web

Sistem informasi berbasis web seperti sistem akademik, pendaftaran online, dan layanan administrasi digital mencerminkan transformasi digital dalam tata kelola institusi. OECD (2020–2023) menegaskan bahwa sistem informasi digital meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas layanan publik.⁵⁷

Dalam konteks kehumasan, sistem informasi yang terintegrasi memperkuat citra institusi sebagai lembaga yang modern, profesional, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

5) Social Media Engagement menurut Men dan Tsai

Men dan Tsai menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak cukup diukur dari jumlah unggahan atau frekuensi publikasi, tetapi dari tingkat keterlibatan audiens (*engagement*).⁵⁸ *Engagement* mencerminkan kualitas hubungan antara organisasi dan publiknya. Indikator engagement meliputi:

a) *Likes/Reactions*

Menunjukkan respons emosional awal terhadap konten. Semakin banyak likes, semakin tinggi daya tarik konten secara visual maupun pesan.

⁵⁷ Ridha Ramadhany et al., *Transformasi Digital Sektor Publik* (Star Digital Publishing, 2025). h. xx

⁵⁸ Men and Tsai, “Public Engagement with CEOs on Social Media.” h. 935

b) *Comments* (Komentar)

Menggambarkan tingkat interaksi yang lebih mendalam. Komentar menunjukkan bahwa audiens tidak hanya melihat konten, tetapi juga terlibat dalam percakapan.

c) *Shares* (Bagikan/Ulang)

tingkat kepercayaan dan relevansi konten. Ketika audiens membagikan konten, mereka secara tidak langsung menjadi agen penyebaran pesan institusi.

d) *Reach* (Jangkauan)

Mengukur jumlah akun unik yang melihat konten. Reach menunjukkan luasnya distribusi pesan.

e) *Impressions*

Menggambarkan jumlah total tampilan konten, termasuk pengulangan. Impressions membantu menganalisis visibilitas pesan.

Men dan Tsai menegaskan bahwa engagement yang tinggi mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi relasional (*relationship-building strategy*).⁵⁹ Dalam konteks perguruan tinggi, engagement dapat menunjukkan:

- a) Tingkat ketertarikan calon mahasiswa
- b) Loyalitas mahasiswa dan alumni
- c) Kepercayaan masyarakat terhadap institusi

⁵⁹ Men and Tsai, "Public Engagement with CEOs on Social Media." h. 935

Dengan demikian, dalam penelitian ini, efektivitas pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan IAIN Curup dapat dianalisis melalui bagaimana website, media sosial, portal berita, dan sistem informasi dikelola secara strategis, serta bagaimana tingkat engagement publik mencerminkan keberhasilan komunikasi digital institusi.

c. Evaluasi Berbasis Data (*Data-Driven Evaluation*)

Dalam era digital, evaluasi komunikasi tidak lagi dilakukan secara konvensional melalui pengamatan umum atau persepsi semata, melainkan melalui analitik media sosial dan indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPI*) yang terukur.⁶⁰ Pendekatan ini dikenal sebagai *data-driven communication*, yaitu strategi komunikasi yang didasarkan pada pengumpulan, analisis, dan interpretasi data digital untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat dan strategis.

Zerfass, Verčič, dan Wiesenbergs dalam kerangka *Strategic Communication Management* menegaskan bahwa komunikasi modern harus terintegrasi dengan sistem manajemen kinerja organisasi.⁶¹ Artinya, setiap aktivitas komunikasi perlu memiliki indikator yang jelas, target yang terukur, serta mekanisme evaluasi yang sistematis. Dengan demikian, fungsi humas tidak hanya menjalankan publikasi, tetapi juga menganalisis dampak komunikasi terhadap reputasi dan hubungan publik.

⁶⁰ Joko Tri Nugraha and Eny Boedi Orbawati, *Manajemen Pelayanan Publik* (Stiletto Book, 2025). h. 30

⁶¹ Ansgar Zerfass et al., "Managing CEO Communication and Positioning: A Cross-National Study among Corporate Communication Leaders," *Journal of Communication Management* 20, no. 1 (2016): 37–55. h. 39

Dalam praktik *Digital Public Relations*, analitik media sosial menjadi instrumen utama evaluasi. Platform seperti Instagram Insights, Facebook Analytics, YouTube Studio, dan Google Analytics menyediakan data kuantitatif yang dapat dianalisis, seperti:

- 1) Jumlah pengikut (*followers growth*)
- 2) Tingkat keterlibatan (*engagement rate*)
- 3) Jangkauan (*reach*) dan impresi (*impressions*)
- 4) *Click-through rate* (CTR)
- 5) Durasi tontonan (watch time)
- 6) Konversi (misalnya pendaftaran atau kunjungan ke website)

Data tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk KPI (*Key Performance Indicators*) yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi institusi. Parmentier dan Fischer (2015) dalam kajian manajemen kinerja komunikasi menyatakan bahwa KPI komunikasi harus selaras dengan tujuan strategis organisasi, seperti peningkatan reputasi, peningkatan partisipasi publik, atau peningkatan kepercayaan masyarakat.⁶²

Dalam konteks perguruan tinggi, KPI humas digital dapat mencakup:

- 1) Peningkatan jumlah pengunjung website resmi institusi.
- 2) Peningkatan engagement rate pada media sosial.
- 3) Responsivitas terhadap pertanyaan publik (*response time*).
- 4) Peningkatan sentimen positif terhadap institusi.

⁶² Marie-Agnès Parmentier and Eileen Fischer, "Working It: Managing Professional Brands in Prestigious Posts," *Journal of Marketing* 85, no. 2 (2021): 110–28, <https://doi.org/10.1177/0022242920953818>. h. xx

- 5) Peningkatan jumlah calon mahasiswa yang memperoleh informasi melalui media digital.

Pendekatan berbasis data ini juga sejalan dengan konsep *Digital Maturity* oleh Kane et al., yang menekankan bahwa organisasi yang matang secara digital mampu menggunakan data sebagai dasar perumusan strategi, bukan sekadar pelengkap aktivitas komunikasi.⁶³

Lebih lanjut, dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, evaluasi berbasis data tidak hanya bertujuan meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga memperkuat akuntabilitas dan transparansi. Penggunaan KPI dalam humas digital mencerminkan tanggung jawab profesional dalam mengelola informasi publik secara terukur dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan demikian, evaluasi komunikasi melalui analitik media sosial dan KPI merupakan bagian integral dari manajemen kehumasan digital yang strategis. Pendekatan ini memungkinkan institusi pendidikan tinggi untuk melakukan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), menjaga reputasi, serta meningkatkan kepercayaan publik secara sistematis dan berkelanjutan.

d. Transformasi Digital di Perguruan Tinggi

Verhoef et al. menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan perubahan strategis yang mencakup teknologi, struktur organisasi, budaya

⁶³ David Rader, "Digital Maturity—the New Competitive Goal," *Strategy & Leadership* 47, no. 5 (2019): 28–35. h. 30

kerja, dan model bisnis. Dalam konteks pendidikan tinggi, transformasi digital mencakup:

- 1) Digitalisasi layanan akademik
- 2) Penguatan branding digital
- 3) Integrasi sistem informasi
- 4) Penguatan komunikasi publik berbasis digital

Kane et al. menambahkan konsep *Digital Maturity*, yaitu tingkat kesiapan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi dan tata kelola. Perguruan tinggi yang memiliki digital maturity tinggi cenderung lebih adaptif dan kompetitif.⁶⁴

OECD (2020–2023) juga menegaskan bahwa tata kelola pendidikan digital memerlukan integrasi kebijakan, kapasitas SDM, infrastruktur, serta sistem monitoring berkelanjutan.

B. Penelitian Relevan

Kajian penelitian relevan diperlukan untuk memposisikan penelitian ini dalam peta akademik yang telah ada serta mengidentifikasi celah (*gap*) yang belum banyak dibahas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti strategi humas dalam pembentukan citra institusional secara umum atau penggunaan media sosial sebagai sarana promosi semata. Namun, belum banyak yang secara spesifik mengkaji siklus manajemen yang utuh melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dalam pemanfaatan teknologi digital

⁶⁴ Gerald C. Kane et al., “Achieving Digital Maturity,” *MIT Sloan Management Review* 59, no. 1 (2017), <https://www.truevaluemetrics.org/DBpdfs/Initiatives/MITSloan/MITSMR-59180-Deloitte-Digital-Report-2017.pdf>. h. 4-5

pada lembaga pendidikan tinggi Islam. Fokus pada proses manajerial kehumasan di bawah struktur birokrasi institusi inilah yang menjadi pembeda utama penelitian ini dengan kajian-kajian sebelumnya. Berikut adalah penelitian-penelitian relevan berdasarkan penelusuran:

1. Santy Handayani, 'Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL], Penelitian yang dilakukan oleh Handayani menggambarkan bagaimana humas pemerintah daerah memanfaatkan media sosial dalam membangun citra positif lembaga publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi respons cepat, transparansi informasi, penyajian konten yang konsisten, dan dialog aktif dengan masyarakat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan persepsi publik. Penelitian ini menjadi bukti bahwa media sosial merupakan alat strategis dalam upaya membangun citra lembaga. Persamaan penelitian ini dengan fokus kajian humas di era digital terlihat pada penggunaan strategi digital untuk membentuk citra institusi. Perbedaannya adalah konteks penelitian yang berada pada lembaga pemerintahan daerah, tidak pada institusi pendidikan tinggi berbasis keagamaan.⁶⁵
2. Khoirunnisak, Fariyah & Syamsiani, "*Strategi Kehumasan dalam Membangun Citra IAIN Kudus sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan di Era Digital*", Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, 2024. Penelitian ini mengkaji

⁶⁵ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 91

strategi humas IAIN Kudus dalam mengelola citra kampus sebagai perguruan tinggi Islam terapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas menerapkan pendekatan terpadu melalui publikasi kegiatan kampus, pengelolaan konten media sosial, kerja sama dengan media lokal, dan penerapan digital branding untuk memperkuat identitas lembaga. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi multikanal berperan dalam membangun citra positif institusi. Persamaan kajian ini dengan penelitian lain terlihat pada penggunaan media digital untuk komunikasi strategis. Perbedaannya adalah fokus pada konteks perguruan tinggi Islam tertentu yang memiliki karakteristik dan strategi khas.⁶⁶

3. Patrianti, L, “*Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022. Patrianti (2022) meneliti peran humas Universitas Muhammadiyah Jakarta dalam membangun citra dan reputasi institusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan humas berperan besar dalam membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang konsisten, manajemen konten, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Humas berfungsi sebagai mediator strategis dalam menjaga reputasi dan memperkuat kehadiran institusi di ruang publik. Kesamaan penelitian ini dengan kajian humas terletak pada fokus pembentukan citra dan reputasi institusi pendidikan.

⁶⁶ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., “Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital,” *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 188

Perbedaannya adalah konteks institusi yang merupakan perguruan tinggi swasta umum, bukan berbasis keagamaan.⁶⁷

4. Qurniawati, N., Mardani, A., & Wulandari, “*The Circular Model of SOME on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau*”, *Profesi Humas*, 2024. Penelitian ini menganalisis penggunaan model SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) dalam praktik digital public relations Universitas Islam Riau. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi digital PR yang sistematis mendorong peningkatan interaksi publik, memperkuat identitas digital, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial berbasis analitik dan keterlibatan publik merupakan faktor penting dalam mempertahankan reputasi perguruan tinggi. Persamaannya dengan tema humas digital terletak pada fokus pengelolaan citra melalui media sosial. Perbedaannya adalah penggunaan model SOME sebagai kerangka khusus yang tidak diterapkan dalam semua konteks lembaga pendidikan.⁶⁸
5. Lieyani, S., Natalia, M., & Setiyadi, “*Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga*”, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 2025. Penelitian ini mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial oleh humas lembaga pendidikan dapat meningkatkan citra lembaga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya

⁶⁷ Tria Patrianti, “Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta,” *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 35

⁶⁸ Eka Fitri Qurniawati et al., “The Circular Model of ‘SOME’ on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau,” *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 224

menjadi sarana informasi tetapi juga media membangun kedekatan emosional, memperkuat nilai lembaga, dan menciptakan reputasi positif melalui komunikasi dua arah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial merupakan instrumen utama bagi humas modern. Kesamaannya dengan kajian humas digital tampak pada penggunaan platform digital untuk membentuk citra. Perbedaannya adalah sifat penelitian yang berupa kajian literatur, bukan studi lapangan langsung.⁶⁹

⁶⁹ Yanezra Lieyani et al., "Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 696

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan dasar pijakan bisa menggunakan peneliti pada memahami, merancang, serta melaksanakan proses penelitian untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Dalam penelitian berjudul *“Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup”*, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena manajerial, siklus perencanaan, proses pelaksanaan, hingga mekanisme evaluasi digital yang terjadi dalam konteks manajemen pendidikan Islam. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali secara detail bagaimana teknologi digital diintegrasikan ke dalam peran-peran manajemen kehumasan untuk mencapai efektivitas organisasi di IAIN Curup.

Jenis penelitian yang digunakan berupa penelitian lapangan (*field research*). Melalui penelitian lapangan dilakukan untuk diperoleh data primer secara langsung di lokasi penelitian, sehingga informasi yang diperoleh bersifat autentik, faktual, sesuai pada konteks dalam kondisi manajemen yang berlangsung di lingkungan institusi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mendatangi secara langsung unit Humas IAIN Curup yang berada di bawah Biro AUAK untuk melakukan observasi terhadap aktivitas manajerial kehumasan, alur kerja pemanfaatan teknologi, pengelolaan konten di berbagai platform digital, serta bagaimana sinkronisasi informasi dilakukan oleh tim humas.

Selain itu, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Kepala Biro AUAK, Kepala Tim Humas, serta staf yang membidangi dokumentasi dan publikasi digital guna mendapatkan data komprehensif mengenai kebijakan dan operasional manajemen. Proses dokumentasi juga dilakukan dengan mengumpulkan data melalui rencana strategis humas, arsip publikasi digital, hasil analitik media sosial, laporan kinerja tahunan, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam sistem manajemen institusi.⁷⁰

Dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian lapangan, penelitian ini bertujuan menghasilkan gambaran komprehensif melalui penggalian data mendalam yang bersumber dari realitas empiris di lapangan.

Penelitian lapangan dinilai tepat pada saat menelaah pengembangan kecerdasan interpersonal mahasiswa disebabkan peneliti bisa mengamati secara langsung seperti dinamika sosial, interaksi, dan proses pembelajaran di lingkungan sekitar. Data yang diperoleh dari lapangan bersifat faktual dan sesuai dengan kondisi aktual, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan komprehensif tentang masalah yang diangkat.⁷¹

Pada konteks ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini bermaksud agar dapat menguraikan dan mengkaji proses, pengalaman, serta sebab – sebab yang berpengaruh pada pengembangan kecerdasan interpersonal mahasiswa secara menyeluruh, tidak adanya

⁷⁰ Amirul Hadi and Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Pustaka Setia, 1998). h. 110

⁷¹ John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset Edisi 3* (Pustaka Pelajar, 2015). h. 137.

pelaksanaan pengujian hipotesis atau generalisasi statistik. Peneliti berfungsi sebagai instrumen penting pada saat pengumpulan data, dengan menggunakan teknik utama berbentuk observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁷²

Dengan begitu, penelitian lapangan menyajikan peluang bagi peneliti agar dapat menangkap realitas sosial secara utuh, memahami arti di balik sebuah interaksi yang terjadi, serta mendapatkan data yang valid dan selaras dengan tujuan penelitian.

B. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan kehumasan digital di IAIN Curup serta memahami proses manajemen komunikasi institusi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan pengetahuan, pengalaman, dan peran mereka dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi publikasi digital. Informan utama terdiri atas Kepala Tim Humas beserta pengelola media digital, sedangkan informan pendukung meliputi pimpinan dan pengelola unit kerja yang berinteraksi dengan Humas dalam penyediaan informasi dan publikasi kegiatan. Melalui informan tersebut, peneliti memperoleh data yang komprehensif mengenai praktik manajemen kehumasan digital, mekanisme koordinasi antarunit, serta berbagai tantangan dan strategi yang diterapkan dalam mendukung komunikasi publik IAIN Curup.

⁷² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2017). h.

Subjek penelitian ditentukan secara bertujuan (*purposive*) yang terdiri dari informan kunci yang memahami siklus manajemen digital, yaitu:

1. Kepala Biro AUAK, selaku pengambil kebijakan strategis dan penanggung jawab unit.
2. Kepala Tim Humas, selaku manajer operasional dan koordinator teknis digital.
3. Staf Humas, selaku pelaksana teknis dokumentasi, penulisan berita, dan publikasi media digital.

Kombinasi situasi sosial dan subjek ini diharapkan mampu memberikan data mendalam mengenai efektivitas pemanfaatan teknologi dalam manajemen kehumasan IAIN Curup.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, yang berlokasi di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaiannya dengan fokus penelitian serta ketersediaan data yang diperlukan untuk mendukung proses pengumpulan informasi.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu mulai 27 Februari 2026 hingga 27 Mei 2026. Selama rentang waktu tersebut, peneliti melakukan berbagai tahapan penelitian yang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan hasil penelitian

D. Jenis dan Sumber Data

Pada studi ini memanfaatkan dua jenis data utama, yakni data primer dan data sekunder. Adapun uraian dari jenis dan sumber datanya:

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dihimpun secara langsung dari sumber utama di lapangan agar merespon permasalahan penelitian secara autentik dan faktual.⁷³ Pada penelitian ini, data primer bersumber dari:

- a. Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan informan kunci yang terlibat dalam siklus manajemen digital, yaitu Kepala Biro AUAK (selaku penanggung jawab kebijakan), Kepala Tim Humas (selaku koordinator operasional), serta staf Humas (selaku pelaksana teknis dokumentasi dan publikasi). Wawancara difokuskan pada proses perencanaan, pelaksanaan, serta mekanisme evaluasi pemanfaatan teknologi digital di IAIN Curup.
- b. Observasi Lapangan: Dilakukan terhadap aktivitas manajerial tim humas dalam mengelola kanal digital resmi institusi. Pengamatan ditekankan pada alur kerja penulisan berita, proses produksi konten, serta koordinasi teknis dalam pemanfaatan perangkat digital untuk diseminasi informasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang didapatkan dari sumber tidak langsung atau data yang sudah tersedia sebelum itu, dipakai agar dapat

⁷³ John W. Creswell and Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (Sage publications, 2016), <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=DLbBDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=john+creswell&ots=-is289LRWv&sig=E1kfslisEq0WHHgFWmo8TiyxZyg>. H. 143

melengkapi dan memperkuat analisis penelitian.⁷⁴ Pada studi ini, data sekunder mencakup:

Data sekunder paa penelitian ini adalah sumber informasi yang didapatkan secara tidak langsung agar bisa mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Data sekunder mencakup dokumen-dokumen internal institusi seperti Rencana Strategis (Renstra) IAIN Curup, profil unit Humas di bawah Biro AUAK, laporan tahunan kinerja kehumasan, serta regulasi pemerintah terkait keterbukaan informasi publik. Dokumen-dokumen ini digunakan peneliti untuk memahami landasan kebijakan dan struktur formal manajemen kehumasan yang berlaku di institusi tersebut.

Selain dokumen administratif, data sekunder juga bersumber dari aset digital dan literatur pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. Peneliti mengumpulkan data dari konten website resmi, arsip unggahan pada media sosial (*Instagram, Facebook, YouTube*), serta data statistik jangkauan publikasi digital yang telah didokumentasikan oleh tim humas. Referensi tambahan dari jurnal ilmiah, buku teks mengenai manajemen komunikasi digital, serta hasil penelitian terdahulu juga digunakan sebagai pembanding untuk mempertajam analisis terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan di IAIN Curup.

⁷⁴ P. D. Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)," *Metode Penelitian Pendidikan* 67 (2019): 18. h. 193

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah sebuah tahapan penting pada metode ini karena suatu penelitian yang menghimpun informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian, oleh sebab itu proses ini diwajibkan dilakukan pada setiap studi. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh penelitian ini, jadi peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti:

1. Observasi

Observasi dimaknai sebagai proses yang mencatat secara sistematis fenomena yang muncul dalam objek yang diteliti.⁷⁵ Sementara itu, Koentjara Ningrat pada buku *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* mengemukakan bahwa metode observasi yaitu sebuah pengumpulan data melalui cara pengamatan penelitian secara langsung pada obyek yang diteliti.⁷⁶

Melalui observasi penelitian melaksanakan pengamatan secara langsung terhadap terhadap objek, terutama pada objek penelitian yang bersifat perilaku dan tindakan manusia, fenomena alam seperti kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar, proses kerja dan pemaafatan responden terbatas.⁷⁷

Observasi dilaksanakan agar memperoleh informasi yang lebih jelas, oleh sebab itu, pengamatan secara langsung ke lapangan dipandang tepat dan diperlukan guna memahami fenomena yang terjadi secara faktual. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi secara partisipan agar dapat

⁷⁵ Hadi and Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. h. 129

⁷⁶ Koentjara Ningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Gramedia, 2002). h. 109

⁷⁷ Ridwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Alfabet, 1989). h. 30

menemukan gambaran jelas dan komprehensif pada keadaan riil di Humas IAIN Curup.

2. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan bentuk dari komunikasi verbal oleh dua pihak atau lebih agar bertujuan memperoleh suatu informasi.⁷⁸ Sebagai sebuah proses Tanya jawab lisan yang berlangsung secara tatap muka, wawancara menjadi teknik pengumpulan data yang menggali data social, baik bersifat tersembunyi ataupun manifest. Oleh karena itu, wawancara tersebut digunakan agar mendapatkan informasi secara langsung dari kepala madrasah, guru maupun staf tata usaha yang bersangkutan dan beserta pihak yang terkait.

Wawancara (*interview*) juga dikenal sebagai wawancara atau kuisioner lisan. Wawancara merupakan dialog yang dilaksanakan oleh pewawancara agar mendapatkan informasi dari terwawancara. Dikatakan sebagai pengumpulan data karena dilaksanakan melalui cara dialog antar dua orang atau lebih dengan cara bertatap muka (*face to face*) guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan.⁷⁹

Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu, yang diperlukan sebagai wawancara antara lain adalah:

- a. Mengkonstruksikan tentang individu, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain.

⁷⁸ S.Nasution, *Pengantar Metodologi Research* (Rajawali Press, 1996). h. 113

⁷⁹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. h. 186

- b. Merekonstruksikan pokok-pokok penting guna mendapatkan informasi di alami masa lalu.
- c. Memproyeksikan poin-poin penting yang sudah diharapkan agar dialami pada masa yang akan datang.
- d. Memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang didapatkan dari bentuk lain baik manusia maupun bukan manusia.
- e. Memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang berkembang mengenai pengecekan anggota.⁸⁰

Adapun dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara terstruktur yakni melontarkan pertanyaan pada informan dengan berpedoman pada pedoman wawancara. Sehingga pertanyaan lebih terarah dan tidak melebar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan langkah pengumpulan data tentang data hal-hal atau variabel berupa catatan, prasasti, transkrip, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁸¹ Langkah dokumentasi digunakan jika penyelidikan bertujuan pada sumber-sumber dari dokumantasi.⁸² Dalam penelitian ini dokumen digunakan sebagai sumber informasi dan memberikan kemudahan didalam melakukan penelitian.

Dokumen sebagai sumber informasi memberikan keuntungan-keuntungan, diantaranya:

⁸⁰ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. h. 331

⁸¹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. h. 217

⁸² Winarto Suratman, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Metode Dan Teknik* (Tarsito, 1990). h.

- a. Sudah tersedia dan mudah memperoleh informasi.
- b. Bersifat stabil dan akurat sebagai cermin dan keadaan yang sebenarnya.
- c. Dapat dianalisis secara berulang-ulang dengan tidak mengalami perubahan.⁸³

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan dengan penelitian. Metode ini digunakan untuk mempelajari sesuatu yang berkenaan dengan kondisi Humas IAIN Curup.

F. Keabsahan Data

Pada hal ini penulis memilih teknik pemeriksaan kebenaran data dengan triangulasi data, yang memiliki makna sebagai usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh oleh penulis dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin yang biasa terjadi pada saat pengumpulan data. Dalam Moleong menurut Denzin, ada empat macam triangulasi dalam penelitian kualitatif. Akan tetapi dalam hal ini hanya menerapkan dua triangulasi dengan uraian sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber yakni teknik yang digunakan agar mencari data sejenis dengan mengecek data dari berbagai sumber informan. dari data-data yang didapatkan tersebut, maka peneliti akan mudah dalam mendiskripsikan, mengatagorikan mana yang sama, mana yang spesifik. Sehingga analisis yang

⁸³ Suratman, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Metode Dan Teknik*. h. 134

dilakukan oleh penulis akan lebih mudah, bahan analisis ini dapat berupa dokumen maupun kegiatan yang sedang berlangsung.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan teknik untuk menguji keabsahan data yang dilakukan dengan mengecek data kepada informan dengan menggunakan metode yang berbeda.⁸⁴ Contohnya data yang didapatkan dari hasil wawancara dikroscek kembali dengan observasi.

Oleh karena itu manfaat dari menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti, peneliti melakukan pengecekan data dengan mencocokkan dan membandingkan hasil data yang diperoleh dari beberapa alat pengumpul data yang digunakan oleh peneliti di lapangan. Baik itu membandingkan antara hasil observasi dengan hasil wawancara maupun dengan dokumen yang diperoleh peneliti

G. Teknik Analisis Data

Berguna sebagai menganalisis data yang terhimpun pada studi ini digunakan teknik analisis kualitatif, dalam artian ketika data-data telah terkumpul melalui metode wawancara, dokumentasi dan observasi, maka selanjutnya dilakukan interpretasi yang dikembangkan menjadi proposisi-proposisi.

Menurut Agus Salim, proses-proses analisis kualitatif dapat dijelaskan ke dalam tiga langkah berikut:

⁸⁴ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. h. 330-331

2. Reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh dilapangan studi.
3. Penyajian data (*data display*), yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif.
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).
Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dari setiap gejala yang diperolehnya di lapangan. Mencatat keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas, dan proposisi. Periset yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu secara longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan telah disediakan. Pada saat penelitian masih berlangsung, setiap kesimpulan yang ditetapkan akan terus-menerus di verifikasi hingga benar-benar diperoleh konklusi yang valid dan kokoh.⁸⁵

⁸⁵ Agus Salim, *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial* (Tiara Wacana, 2006). h. 23

BAB IV

DISKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi

1. Sejarah Institut

Institut Agama Islam Negeri Curup mempunyai latar belakang sejarah yang sangat panjang. Pada awalnya ia hanya sekedar sebuah Fakultas Ushuluddin yang memiliki status sebagai fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang. Dengan kata lain, asal muasal dari IAIN Curup ketika itu adalah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang berada di Curup. Pendapat pendiri Fakultas Ushuluddin ini didasari dengan Pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup tanggal 21 Oktober 1962. Susunan dari Kepanitiaan tersebut terdiri dari Pelindung, Penasehat, Ketua I, Ketua II, Sekretaris I, Sekretaris II, Bendahara, Pembantu dan Seksi-Seksi. Pendiri Fakultas ini antara lain mendapat dukungan Prof. DR. Mr. Hazairin, HM. Husein, Gubernur Sumatera Selatan, Prof. Ibrahim Husein dan lain sebagainya.

Setelah itu, Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Cabang Curup dibentuk, mendirikan juga sebuah Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup. Gagasan Pendirian Fakultas Ushuluddin ini memperoleh sambutan baik dan semangat dari semua lapisan masyarakat Curup. Karena mendapat dorongan yang banyak dari berbagai pihak, pada Tahun 1963

Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup mendirikan Fakultas Syari'ah dengan status swasta. Fakultas Syari'ah yang baru lahir ini dipimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai Dekan dan Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan.

Bersamaan dengan itu perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang yang semula sebagai cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah Curup pun diganti menjadi Fakultas Ushuluddin. Dengan keluarnya Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 86 Tahun 1964, tahun 1964 Fakultas Ushuluddin yang semula berstatus swasta berubah menjadi negeri. Unsur pimpinan saat itu adalah KH. Amin Addary sebagai Dekan, Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan I dan III, M. Yusuf Rachim, SH. Sebagai Wakil Dekan II dan IV. Surat Keputusan Perubahan status dari swasta menjadi negeri di atas disusul dengan penerbitan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor : 87 Tahun 1964 yang menyatakan bahwa Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup merupakan bagian tidak terpisahkan dari IAIN (Al-Jami'ah Islamiyyah Al-Hukumiyyah) Raden Fatah yang berkedudukan di Palembang Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan.

Popularitas dari Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan masukan penting bagi perkembangan peradaban Islam di Kabupaten Rejang Lebong, terkhusus pada bidang keagamaan. Fakultas Ushuluddin ini juga mendapatkan apresiasi dan dukungan yang menggemblirakan dari Pemerintah Daerah Rejang Lebong. Bentuk dari bukti nyata dari perhatian pemda terhadap fakultas ini yaitu bantuan yang diberikan

oleh Bupati Rejang Lebong Syarifuddin Abdullah pada tahun 1964, yaitu berbentuk mobil Jeep Land Rover, uang rutin setiap bulan Rp. 10.000,- bensin premium 15 liter setiap hari, mesin ketik dan seperangkat kursi dan meja untuk ruangan tamu dan pimpinan.

Santunan bagi Fakultas Ushuluddin tidak hanya didapat semasa Bupati Syarifuddin Abdullah. Tahun 1967 ketika Drs. Mahally menjabat sebagai Bupati Kabupaten Rejang Lebong, selain itu juga subsidi rutin berupa uang dan bensin masih terus berjalan, sebidang tanah dengan seluas hampir dua hektar di Dusun Curup juga dihibahkan untuk pembangunan gedung guru yang lebih pandai.

Pada masa perjalanan sejarahnya, lokasi perkuliahan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup pernah berpindah-pindah beberapa kali. Dari Tahun 1963 hingga 1964 ditempati gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Curup yang berlokasi di Talang Rimbo Curup. Tahun 1965 hingga 1968 digunakan gedung yang saat ini menjadi lokasi Rumah Sakit Umum Daerah Curup di Jalan Dwi Tunggal. Dari Tahun 1969 hingga Tahun 1981 pernah digunakan Gedung Yayasan Rejang Setia bekas Sekolah Belanda (HIS) di Jalan Setia Negara. Kemudian Baru tahun 1982 Fakultas Ushuluddin bisa bernafas lega karena sudah menempati bangunan sendiri berkat bantuan dari pemerintah yang berlokasi di Jl. Dr. Ak. Gani Curup hingga saat ini.

IAIN Curup merupakan Perguruan Tinggi Negeri Islam favorit yang berada di Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Perguruan Tinggi yang mulanya sekedar sebuah Fakultas dari IAIN Raden Fatah Palembang. Kini tidak

hanya sekedar menjadi Perguruan Tinggi Islam tetapi mempunyai kredibilitas baik dari tahun ke tahun.

IAIN Curup menjadi salah satu kampus Islam Negeri di Bengkulu sekaligus penyanggah dari Provinsi lain yakni Kota Lubuk Linggau Palembang Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Jambi.

2. Visi Misi

a. Visi

“Menjadi Perguruan Tinggi Yang Bermutu Dalam Pengembangan Ilmu Pengetahuan Berbasis Islam Moderasi di Tingkat Asia Tenggara Tahun 2045”

b. Misi

- 1) Mengembangkan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi.
- 2) Meningkatkan Publikasi Ilmiah Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi.
- 3) Melaksanakan Pemberdayaan Masyarakat Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang memiliki keluhuran akhlaq kompetitif dan profesional.
- 2) Menghasilkan lulusan yang mampu mengembangkan berbagai disiplin ilmu melalui penelitian yang kompetitif dan profesional.
- 3) Menghasilkan lulusan yang mampu memanfaatkan berbagai bidang disiplin ilmu yang kompetitif dan profesional bagi masyarakat.

- 4) Menghasilkan lulusan yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai islam dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menuju keluhuran akhlak, kompetitif dan profesional.
- 5) Menghasilkan sumber daya yang kompetitif dan profesional untuk menghasilkan pelayanan prima kepada civitas akademika dan masyarakat.

Tabel kolom Struktur Organisasi

NO	Nama	Jabatan
1	Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd. I	Rektor IAIN Curup
2	Puji Edi Purnomo, S.Sos.I., M. Hum	Kepala Biro AUAK
3	Dr. Ibnu Amin, S.Ag., M.A	Ketua Tim Humas
4	Rusni Elda, SE	Jurnalis
5	Ahmad Annizar, S.Pd	Editor
6	Rahmat Salihin, M.Pd	Protokoler
7	Fauzar Utama, S.Pd	Jurnalis
8	Afriza Krisdayanti, S.Pd.I	Protokoler

B. Hasil Penelitian

1. Perencanaan (*Planning*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

Fase perencanaan (*planning*) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup diposisikan sebagai peletak dasar strategis, konseptual, sekaligus teologis bagi seluruh program kerja kehumasan. Perencanaan ini dirancang secara sistematis agar setiap pergerakan media komunikasi, publikasi, dan artikulasi pesan institut tidak melenceng dari visi-misi besar kelembagaan

yang bernafaskan nilai-nilai profetik Islam, khususnya dalam konteks keterbukaan informasi di era digital.

Artikulasi teoretis, pemaparan empiris, serta konfirmasi observatif mengenai aktivitas perencanaan manajemen hubungan masyarakat di lokasi penelitian berdasarkan seluruh sub-indikator dapat dijabarkan secara komprehensif sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi Digital

Strategi komunikasi digital adalah serangkaian perencanaan dan tindakan komunikasi yang memanfaatkan teknologi serta platform digital untuk menyampaikan pesan, membangun interaksi, dan mencapai tujuan organisasi secara efektif kepada khalayak sasaran.⁸⁶

Pada aspek perumusan langkah strategis publikasi institusi, Ketua Tim Humas menjelaskan secara detail mengenai skema pengklasifikasian jenis-jenis media penyiaran yang diterapkan oleh unit kerja tersebut:

"Penyusunan langkah strategis dimulai dari pembagian klaster media publikasi. Aset digital dibagi menjadi core media (website) untuk berita formal, dan engagement media (sosmed) untuk interaksi. Strategi ini disinkronkan dengan kalender akademik tahunan kampus agar pola penyebaran informasi kampus dapat berjalan secara teratur, terarah, serta tidak tumpang tindih antara agenda kegiatan fakultas dengan agenda rektorat."⁸⁷

Langkah strategis operasional tersebut dikonfirmasi dan diperkuat oleh Kepala Biro AUAK selaku pimpinan tertinggi di bidang birokrasi kehumasan institut melalui pernyataan berikut:

h. 61 ⁸⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).

⁸⁷ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

"Apa yang disampaikan oleh Ketua Tim Humas tersebut benar adanya. Pimpinan birokrasi menguatkan strategi tersebut dengan menetapkan payung hukumnya. Kebijakan yang dikeluarkan menetapkan bahwa seluruh unit dan fakultas wajib menyatukan pintu publikasi melalui Humas institusi. Klasterisasi media yang dirancang Ketua Tim Humas didukung penuh oleh kebijakan pimpinan agar tidak terjadi tumpang tindih informasi di lingkungan IAIN Curup."⁸⁸

Berdasarkan catatan observasi, peneliti menemukan bukti nyata bahwa IAIN Curup secara aktif menyusun langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk publikasi informasi. Keberadaan pemetaan saluran komunikasi digital ini terlihat berjalan secara nyata di ruang kerja Humas.

Melalui temuan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital IAIN Curup dirancang secara top-down dengan landasan hukum yang kuat. Pengklasteran media menjadi *core* dan *engagement* media membuktikan adanya pemikiran manajemen komunikasi modern yang terstruktur, guna memastikan efisiensi diseminasi informasi dan menghindari kesimpangsiuran berita di lingkungan publik.

b. Perencanaan Konten

Perencanaan konten (*content planning*) adalah proses penyusunan dan pengorganisasian ide, pesan, tujuan, target audiens, jenis konten, waktu publikasi, serta media yang digunakan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat mencapai sasaran secara efektif. Perencanaan konten merupakan tahap penting dalam strategi komunikasi

⁸⁸ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

digital karena membantu organisasi menghasilkan konten yang konsisten, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Dalam konteks komunikasi digital, perencanaan konten tidak hanya berfokus pada pembuatan materi informasi, tetapi juga mencakup penentuan tema, format, jadwal publikasi, serta evaluasi kinerja konten untuk mendukung tercapainya tujuan komunikasi organisasi.⁸⁹

Pada tingkat operasional tim kreatif, mekanisme perumusan tema visual serta penyusunan jadwal penayangan produk informasi dilakukan secara berkala oleh Staf Bagian Editing menjabarkan alur kerja di hulu desain:

"Proses penentuan tema visual dilakukan melalui brainstorming mingguan untuk menerjemahkan isu utama menjadi content pillars dan mood board grafis yang konsisten. Langkah ini diambil agar karakter visual kampus tetap terjaga keseragamannya dan memiliki daya pikat estetis yang tinggi di mata publik siber."⁹⁰

Tahapan perumusan konsep visual tersebut dipadukan secara fungsional bersama perencanaan editorial media sosial oleh Staf Bagian Media Sosial:

"Pengelolaan memanfaatkan *Content Calendar* bulanan yang dibagi menjadi konten informatif, edukatif, dan interaktif, lalu dijadwalkan pada waktu premium (*golden hours*). Penentuan jam tayang utama ini didasarkan pada kebiasaan audiens dalam membuka gawai agar tingkat keterbacaan materi promosi kampus menjadi maksimal."⁹¹

⁸⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017). h. 160

⁹⁰ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

⁹¹ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Rangkaian rencana operasional ini kemudian divalidasi oleh Ketua Tim Humas guna memastikan aspek kesiapan serta ketepatan waktu unggah:

"Draf rencana dari staf lini kreatif dan media sosial dikonfirmasi untuk memastikan tidak keluar dari koridor kebijakan kampus. Setiap awal minggu, draf rencana tersebut wajib dipresentasikan kepada Ketua Tim Humas untuk memastikan kesiapan teknis tayang dan ketepatan waktu unggah di akun resmi."⁹²

Validitas aktivitas manajerial ini diperkuat oleh pengamatan langsung peneliti di unit Humas. Melalui pengamatan lapangan, peneliti mengonfirmasi adanya proses penentuan tema yang aktif dan penyusunan jadwal konten secara berkala untuk website serta media sosial resmi institut yang dipatuhi oleh seluruh staf kreatif.

Proses perencanaan konten di IAIN Curup mencerminkan adanya integrasi fungsi manajemen yang matang di tingkat operasional. Pemanfaatan *content calendar* dan pilar konten membuktikan bahwa penyebaran informasi institusi dikelola secara proaktif dan terjadwal, bukan bersifat sporadis, sehingga konsistensi *brand image* kampus di ruang digital dapat dipertahankan secara profesional.

c. Penetapan Target Audiens

Penetapan target audiens adalah proses mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menentukan pihak-pihak yang menjadi sasaran utama suatu kegiatan komunikasi berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, minat, kebutuhan, serta

⁹² Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

perilaku media. Penetapan target audiens bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat dirancang sesuai dengan karakteristik penerima sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan.⁹³

Dalam strategi komunikasi, penetapan target audiens merupakan langkah penting karena keberhasilan penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengenali siapa yang akan menerima pesan tersebut. Dengan memahami karakteristik audiens, organisasi dapat menentukan bentuk pesan, media, dan pendekatan komunikasi yang paling tepat.⁹⁴

Pemanfaatan teknologi digital dimanfaatkan secara maksimal oleh Humas IAIN Curup untuk membaca segmentasi khalayak sasaran secara ilmiah dan berbasis data (*data-driven*). Staf Bagian Media Sosial mengemukakan data demografis yang menjadi sasaran utama komunikasi:

"Fitur *Insights* (analitik) digital dimanfaatkan untuk memetakan bahwa audiens berada di rentang usia 17–24 tahun di wilayah Bengkulu dan sekitarnya, sehingga penggunaan gaya bahasa disesuaikan menjadi lebih kasual namun sopan. Segmentasi usia produktif ini dibidik secara khusus karena merupakan pangsa pasar utama bagi calon mahasiswa baru."⁹⁵

⁹³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017). h. 143

⁹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow: Pearson Education, 2016). h. 267

⁹⁵ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Selaras dengan pemetaan media sosial pada Staf Bagian Web Berita memaparkan perilaku masyarakat dalam mencari informasi resmi institusi melalui situs web kampus:

"Di bagian *website*, penggunaan *Google Analytics* dan *Search Console* dioptimalkan untuk memetakan kata kunci yang paling dicari publik, seperti 'akreditasi' dan 'biaya UKT'. Data pencarian dari pengguna internet ini dijadikan rujukan agar menu navigasi situs resmi kampus dapat menyediakan jawaban secara cepat."⁹⁶

Aktivitas pembacaan data statistik tersebut diverifikasi secara langsung oleh Ketua Tim Humas sebagai dasar pijakan merancang pendekatan komunikasi baru:

"Data analitik teknologi yang dipaparkan oleh staf web dan medsos tersebut menjadi rujukan utama dalam mengambil keputusan. Staf web dan medsos diarahkan untuk memaparkan data tersebut dalam rapat bulanan. Berdasarkan pemetaan audiens digital dari staf inilah, diinstruksikan perubahan gaya komunikasi humas yang dulunya terlalu kaku menjadi lebih interaktif dan fokus pada pemenuhan informasi yang memang dicari oleh masyarakat."⁹⁷

Realisasi perencanaan berbasis audiens ini divalidasi oleh data observasi peneliti. Peneliti melihat secara langsung bahwa teknologi digital benar-benar digunakan secara optimal oleh tim Humas untuk memetakan calon mahasiswa atau publik yang disasar secara berkala.

Penentuan khalayak sasaran oleh Humas IAIN Curup telah menerapkan prinsip *data-driven communication* yang objektif. Melalui pemanfaatan data analitik siber, institusi berhasil melakukan reorientasi gaya bahasa dan fokus informasi, yang mengubah pola penyiaran kaku

⁹⁶ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

⁹⁷ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

menjadi bentuk pelayanan informasi publik digital yang interaktif dan segmentatif.

d. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan adalah ukuran atau parameter yang digunakan untuk menilai tingkat pencapaian tujuan, program, kegiatan, atau strategi yang telah ditetapkan. Indikator keberhasilan berfungsi sebagai alat evaluasi untuk mengetahui apakah suatu kegiatan telah berjalan sesuai dengan target yang direncanakan serta memberikan gambaran mengenai efektivitas dan efisiensi pelaksanaan program. Dalam konteks komunikasi digital, indikator keberhasilan dapat diukur melalui berbagai aspek, seperti tingkat jangkauan audiens (*reach*), keterlibatan pengguna (*engagement*), pertumbuhan pengikut (*followers*), jumlah kunjungan *website*, serta tingkat respons *audiens* terhadap pesan yang disampaikan. Dengan adanya indikator keberhasilan, organisasi dapat melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap strategi komunikasi yang dijalankan.⁹⁸

Standar capaian kinerja dirumuskan secara rigid melalui pemanfaatan indikator statistik digital yang terukur. Pada Staf Bagian Web Berita memaparkan kriteria sukses pada pengelolaan portal berita resmi:

"Standar sukses website adalah stabilnya kunjungan unik harian kecepatan indeks *SEO* di *Google*, serta rendahnya bounce rate. Parameter kuantitatif ini menjadi tolak ukur utama bahwa situs web resmi kampus

⁹⁸ Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Edisi 3 (Jakarta: Bumi Aksara, 2021). h. 39

berfungsi secara aktif dan memiliki performa keterbacaan yang sehat di mesin pencari."⁹⁹

Di sisi sirkulasi pesan oleh Staf Bagian *Share and Kontrol* memaparkan parameter keberhasilan publikasi di ruang siber:

"Indikator sukses dari sirkulasi adalah tingginya angka reach dan engagement rate, minimnya sentimen negatif di kolom komentar, serta luasnya penyebaran informasi ke media mitra. Apabila tingkat interaksi publik menunjukkan tren positif dan minim aduan, maka program perluasan sebaran rilis berita dinilai mencapai target keberhasilan publikasi."¹⁰⁰

Ketua Tim Humas memvalidasi parameter-parameter teknis tersebut untuk dilegalisasi ke dalam instrumen penilaian resmi lembaga:

"Parameter-parameter teknis yang disebutkan oleh staf web dan pengawas konten dinilai sangat tepat. Parameter tersebut dijadikan sebagai indikator capaian kinerja humas (IKU) yang kemudian dilaporkan secara berkala kepada Kepala Biro AUAK dan Rektor. Keberhasilan digital kehumasan diukur dari validitas data keterbacaan publik tersebut."¹⁰¹

Secara faktual ketetapan kriteria ini terkonfirmasi lewat pengamatan lapangan. Peneliti mencatat adanya standar digital khusus (seperti jumlah pengunjung web dan grafik interaksi) yang telah ditetapkan oleh manajemen sebagai ukuran sukses capaian performa komunikasi.

Perumusan kriteria sukses menggunakan metrik digital spesifik menunjukkan bahwa Humas IAIN Curup menerapkan akuntabilitas manajemen kehumasan kontemporer. Evaluasi tidak lagi berbasis pada perkiraan asumsi, melainkan pada angka keterbacaan publik yang valid,

⁹⁹ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁰⁰ Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁰¹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

sehingga efisiensi dan dampak dari tiap rupiah anggaran publikasi dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

e. Penetapan Visi dan Misi

Penetapan visi dan misi merupakan salah satu langkah strategis yang sangat penting dalam suatu organisasi, lembaga, maupun perusahaan. Visi berfungsi sebagai gambaran ideal mengenai kondisi yang ingin dicapai di masa depan, sedangkan misi merupakan pernyataan mengenai tujuan, tugas, dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Dengan adanya visi dan misi yang jelas, organisasi memiliki arah yang terstruktur dalam menjalankan seluruh aktivitas dan pengambilan keputusan.

Dalam proses perencanaan strategis, visi dan misi menjadi landasan utama yang menentukan tujuan jangka panjang serta prioritas organisasi. Visi yang baik mampu memberikan inspirasi dan motivasi bagi seluruh anggota organisasi untuk bergerak menuju tujuan yang sama. Sementara itu, misi menjelaskan alasan keberadaan organisasi, ruang lingkup kegiatan, serta nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan program dan kegiatan. Oleh karena itu, penetapan visi dan misi harus dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan kondisi internal, lingkungan eksternal, serta harapan para pemangku kepentingan.

Selain sebagai pedoman operasional, visi dan misi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang menunjukkan identitas dan komitmen organisasi kepada masyarakat. Dengan visi dan misi yang dirumuskan

secara jelas, organisasi dapat membangun kesamaan persepsi, meningkatkan efektivitas kerja, serta memperkuat daya saing dalam menghadapi berbagai perubahan dan tantangan yang berkembang di lingkungan strate Visi besar IAIN Curup untuk menjadi perguruan tinggi Islam yang unggul dan kompetitif diposisikan sebagai pedoman mutlak dalam penyusunan kebijakan komunikasi digital. Terkait aspek teologis dan strategis ini, Ketua Tim Humas menjabarkan proses penerjemahannya ke dalam produk informasi siber:

"Visi IAIN Curup sebagai kampus Islam yang unggul dan kompetitif adalah fondasi mutlak. Karakter Islami dicerminkan melalui filter konten yang ketat demi moderasi beragama, sedangkan aspek unggul diwujudkan lewat pengemasan konten yang modern agar marwah keagamaan kampus dapat tersampaikan secara profesional di ruang publik digital."¹⁰²

Penetapan arah visi-misi ini dikawal dan dikonfirmasi secara langsung oleh Kepala Biro AUAK sebagai komitmen kepemimpinan institusional:

"Visi-misi institut bukan sekadar slogan, melainkan arah kebijakan digital yang dikawal langsung oleh pimpinan. Pimpinan selalu menekankan kepada tim Humas bahwa setiap rupiah anggaran dan setiap konten yang diproduksi harus menjadi cerminan dari marwah IAIN Curup sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam yang kompetitif di tingkat nasional."¹⁰³

Hal ini diperkuat secara linear melalui catatan observasi lapangan. Peneliti mengamati bahwa visi dan misi besar IAIN Curup secara nyata diimplementasikan menjadi landasan utama dalam menentukan arah

¹⁰² Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁰³ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

kebijakan komunikasi digital, di mana muatan narasi media selalu mengejar perubahan zaman tanpa menanggalkan nilai moderasi Islam.

Penyelarasan visi-misi ke dalam kebijakan siber membuktikan berjalannya asas *strategic alignment* dalam manajemen kehumasan Islam. Humas bertindak sebagai pengawal reputasi teologis institut, memastikan bahwa penetapan pesan digital berakar pada komitmen moral keagamaan dan daya saing institusional di kancah nasional.

f. Perumusan Sasaran (*Objectives*)

Perumusan sasaran (*objectives*) merupakan proses penetapan target yang ingin dicapai oleh organisasi sebagai tindak lanjut dari visi dan misi yang telah ditetapkan. Sasaran memberikan arah yang lebih jelas dalam pelaksanaan kegiatan organisasi karena dirumuskan secara spesifik, terukur, dan dapat dicapai. Dengan adanya sasaran yang jelas, organisasi dapat memfokuskan sumber daya dan upayanya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Selain sebagai pedoman pelaksanaan program, sasaran juga berfungsi sebagai dasar dalam mengukur keberhasilan dan kinerja organisasi. Oleh karena itu, perumusan sasaran harus dilakukan secara sistematis agar mendukung pencapaian visi dan misi organisasi secara efektif.¹⁰⁴

¹⁰⁴ ¹Fred R. David dan Forest R. David, *Manajemen Strategis: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Salemba Empat, 2017). h. 43–45

Penetapan sasaran hasil yang ingin dicapai melalui pemanfaatan media digital dirancang secara berjangka guna mendukung performa lembaga. Ketua Tim Humas merincikan pembagian target hasil tersebut:

"Hasil spesifik yang ingin dicapai dalam jangka pendek adalah menyelesaikan ketercapaian kuota pendaftar mahasiswa baru (PMB). Sedangkan sasaran jangka panjangnya adalah penguatan digital branding dan kepercayaan publik (public trust). Penentuan sasaran ini dirancang agar setiap konten publikasi memberikan dampak ekonomi-kelembagaan secara nyata bagi institut."¹⁰⁵

Kepala Biro AUAK membenarkan keselarasan target sasaran tersebut dengan rencana strategis makro di tingkat birokrasi rektorat:

"Hal itu sinkron dengan target capaian kinerja yang ditetapkan di tingkat biro. Untuk memastikan sasaran yang dipaparkan Ketua Tim Humas tersebut tercapai, pimpinan menguatkannya melalui pemberian target capaian yang terukur, sehingga performa penyiaran informasi digital berkorelasi linear dengan peningkatan minat masyarakat bersekolah di kampus ini."¹⁰⁶

Data pengamatan lapangan memperkuat temuan ini. Peneliti menemukan hasil pengamatan peneliti bahwa pencapaian hasil spesifik dalam periode tertentu diwujudkan melalui sebaran publikasi multiplatform daring yang aktif, meliputi media *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, hingga situs web resmi.

Perumusan sasaran hasil kehumasan di IAIN Curup dirancang secara terintegrasi dengan kebutuhan bisnis pendidikan institusi. Dengan menitikberatkan sasaran jangka pendek pada kesuksesan kuota PMB,

¹⁰⁵ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁰⁶ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

perencanaan komunikasi digital tidak berdiri sendiri melainkan berfungsi sebagai motor penggerak stabilitas ketercapaian target kuantitatif lembaga.

g. Penyusunan Strategi

Penyusunan strategi merupakan proses merancang berbagai tindakan dan kebijakan yang akan digunakan organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Strategi menjadi pedoman dalam menentukan arah organisasi agar mampu menghadapi perubahan lingkungan, memanfaatkan peluang, serta mengatasi berbagai hambatan yang muncul. Oleh karena itu, strategi yang disusun harus mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal organisasi agar pelaksanaannya dapat berjalan secara efektif.¹⁰⁷

Melalui penyusunan strategi yang tepat, organisasi dapat meningkatkan efektivitas pencapaian tujuan serta menciptakan keunggulan yang mendukung keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang.

Kebijakan besar yang diambil oleh pimpinan untuk memastikan teknologi digital memberikan kontribusi maksimal berfokus pada regulasi satu pintu. Mengenai hal ini Ketua Tim Humas menjelaskan garis besar haluan strategi yang dijalankan:

"Strategi penyusunan haluan komunikasi difokuskan pada kebijakan penunggulan pintu rilis berita melalui unit kehumasan. Langkah ini diambil sebagai strategi besar dari pimpinan untuk mengendalikan arus narasi, mengantisipasi timbulnya simpang siur data akademik, serta

¹⁰⁷ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014). h. 29–31

mengoptimalkan fungsi koordinasi lintas sektoral di lingkungan kampus secara digital."¹⁰⁸

Kepala Biro AUAK menegaskan landasan formal dari pengambilan strategi satu pintu publikasi tersebut:

"Kebijakan dikeluarkan bahwa seluruh unit dan fakultas wajib menyatukan pintu publikasi melalui Humas institusi. Langkah ini diambil pimpinan untuk memastikan bahwa pemanfaatan teknologi digital benar-benar terorganisir di bawah kendali mutu yang jelas, aman secara birokrasi, serta mampu mencapai target publisitas organisasi secara efisien."¹⁰⁹

Realisasi strategi makro ini tercermin dalam temuan pengamatan peneliti bahwa Pimpinan mengambil kebijakan besar untuk memastikan tercapainya target dengan melengkapi alat-alat teknologi siber yang dibutuhkan oleh tim pelaksana lapangan.

Penyusunan strategi satu pintu komunikasi digital didesain sebagai langkah preventif sekaligus ofensif dalam menjaga nama baik institusi. Kebijakan ini memosisikan unit Humas sebagai pemegang kendali tunggal arus narasi digital, sehingga meminimalkan potensi kesalahan informasi siber dari pihak internal fakultas.

h. Penganggaran (*Budgeting*)

Penganggaran (*budgeting*) merupakan proses penyusunan rencana keuangan yang digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan organisasi selama periode tertentu. Anggaran disusun untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien guna mendukung

¹⁰⁸ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁰⁹ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Melalui penganggaran, organisasi dapat memperkirakan kebutuhan dana, mengendalikan pengeluaran, serta memastikan bahwa setiap program dan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana.

Selain sebagai alat perencanaan, anggaran juga berfungsi sebagai instrumen pengawasan dan evaluasi kinerja. Dengan adanya anggaran yang jelas, organisasi dapat memantau penggunaan sumber daya serta menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan.¹¹⁰

Dukungan aspek finansial dan material dialokasikan secara terencana guna menunjang kelancaran program kehumasan di setiap tahapan digital. Ketua Tim Humas memaparkan usulan kebutuhan anggaran operasional unitnya:

"Usulan anggaran diajukan secara berjenjang guna mendanai belanja modal infrastruktur siber dan belanja operasional liputan. Ketersediaan anggaran dinilai krusial untuk memastikan bahwa tim kreatif memiliki dukungan finansial yang stabil dalam mengeksekusi program kerja publikasi di lapangan."¹¹¹

Pernyataan tersebut mendapatkan kepastian dukungan penganggaran yang akuntabel oleh Kepala Biro AUAK melalui alokasi dana:

"Pimpinan di tingkat birokrasi menguatkannya melalui kompensasi anggaran di DIPA. Dialokasikan anggaran khusus pengajuan untuk infrastruktur digital, mulai dari peningkatan server web, alat produksi editing yang memadai, hingga peningkatan kapasitas SDM

h. 11 ¹¹⁰ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Edisi Revisi (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

¹¹¹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Humas agar target branding dan kuota pendaftaran mahasiswa tersebut terealisasi secara terukur."¹¹²

Fakta dukungan finansial ini terkonfirmasi secara legal melalui pengamatan lapangan. Peneliti mencatat bukti otentik bahwa seluruh alokasi sumber daya finansial (anggaran) dan pemenuhan material kehumasan telah resmi masuk dan disediakan di dalam dokumen DIPA institusi.

Sistem penganggaran kehumasan digital IAIN Curup menunjukkan kepatuhan pada prinsip tata kelola keuangan negara yang transparan dan berbasis kinerja. Masuknya pendanaan digital ke dalam DIPA menjamin keberlanjutan operasional produksi konten dan pemeliharaan alat, sehingga transformasi digital kehumasan didukung instrumen materiil yang kokoh.

i. Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan pedoman tertulis yang berisi langkah-langkah kerja yang harus dilaksanakan secara konsisten dalam suatu organisasi. SOP disusun untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dilakukan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga dapat menghasilkan kinerja yang efektif, efisien, dan berkualitas. Dengan adanya SOP, pelaksanaan tugas menjadi lebih terarah serta meminimalkan terjadinya kesalahan dalam proses kerja.

¹¹² Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Selain itu, SOP berfungsi sebagai alat pengendalian dan acuan bagi seluruh anggota organisasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Penerapan SOP yang baik dapat meningkatkan koordinasi, akuntabilitas, serta memberikan kepastian dalam pelaksanaan kegiatan organisasi.¹¹³

Aturan urutan kerja yang baku dirancang secara ketat untuk menjamin profesionalisme dan konsistensi dari tahap awal dokumen hingga hilir publikasi. Pada staf surat menyurat dan protokoler menjelaskan alur seleksi dokumen di tingkat hulu:

"Urutan kerja baku dimulai dari verifikasi keabsahan dokumen atau agenda pimpinan di meja surat menyurat, sebelum diserahkan ke Ketua Tim untuk disposisi pembuatan rilis digital. Pemeriksaan administratif ini wajib dilewati untuk menjamin bahwa dasar informasi berita memiliki landasan hukum formal yang sah."¹¹⁴

Alur kerja tersebut dilanjutkan secara disiplin menuju proses penyaringan akhir oleh Staf Bagian Share and Kontrol:

"Urutan berikutnya adalah final screening bersama Ketua Tim untuk mengecek akurasi redaksional dan typo sebelum diunggah, serta memantau respons publik pasca-tayang. Pengawasan hilir ini bertugas memastikan kelayakan produk komunikasi sebelum dinikmati oleh khalayak luas."¹¹⁵

Prosedur administrasi dan penyaringan konten berlapis tersebut divalidasi keabsahannya oleh Ketua Tim Humas sebagai wujud komitmen menjaga validitas data komunikasi:

"SOP berjenjang ini adalah komitmen untuk menjaga profesionalisme. Rantai komando yang ketat diterapkan di internal Humas.

¹¹³ Moekijat, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi* (Bandung: Mandar Maju, 2011). h. 175–177

¹¹⁴ Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹¹⁵ Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Konten tidak akan didisposisikan jika dokumen dari meja administrasi belum valid secara protokoler. Begitu juga di tahap akhir, staf pengawas wajib melakukan cross-check bersama Ketua Tim. SOP berlapis dari hulu ke hilir ini sengaja diterapkan untuk meminimalisir kesalahan sekecil apa pun dalam publikasi digital institusi."¹¹⁶

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di lapangan, urutan kerja baku penyiaran informasi ini terbukti berjalan secara terstruktur dan disiplin melalui mekanisme verifikasi yang ketat sebelum penayangan resmi di ruang siber dilakukan.

Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) berlapis dari hulu birokrasi hingga hilir publikasi digital merupakan manifestasi nyata dari nilai kemurnian etika komunikasi Islam. Alur kerja yang terstruktur ini menjamin ditegakkannya prinsip *qawlan sadīdan* (akurasi informasi) dan *tabayyun* (konfirmasi data), sehingga meniadakan celah bagi masuknya kekeliruan redaksional ataupun misinformasi yang berisiko menurunkan kredibilitas institut di mata publik siber.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan fungsi manajemen yang berfokus pada pengaturan sumber daya, pembagian tugas, serta penetapan wewenang dan tanggung jawab guna mencapai tujuan organisasi secara efektif. Dalam konteks pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan IAIN Curup, pengorganisasian diperlukan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas pengelolaan informasi dan komunikasi digital dapat

¹¹⁶ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

berjalan secara terkoordinasi dan terarah. Pembagian peran yang jelas akan membantu setiap unsur yang terlibat dalam pengelolaan media digital menjalankan tugasnya secara optimal.

Melalui pengorganisasian yang baik, pemanfaatan teknologi digital dalam kehumasan dapat mendukung penyebaran informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, koordinasi antar unit kerja menjadi lebih efektif sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan informasi serta citra institusi di era digital.¹¹⁷

Fase pengorganisasian (*organizing*) di IAIN Curup berfungsi sebagai wadah struktural, penataan regulasi personalia, dan pembagian spesialisasi kerja guna mengoperasikan seluruh rencana siber yang telah disusun. Pengorganisasian ini dirancang secara sistematis agar ketersediaan sarana teknologi, alokasi sumber daya manusia, serta koordinasi lintas unit dapat bergerak seirama di bawah legalitas birokrasi yang jelas, sehingga prinsip efisiensi organisasi dapat tercapai secara maksimal.

Artikulasi teoretis, pemaparan empiris, serta konfirmasi observatif mengenai aktivitas pengorganisasian manajemen hubungan masyarakat di lokasi penelitian berdasarkan seluruh sub-indikator dapat dijabarkan sebagai berikut:

¹¹⁷ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi (Jakarta: Bumi Aksara, 2019). h. 119–121

a. Struktur Tim Humas Digital



Struktur tim humas digital merupakan susunan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dirancang untuk mendukung pelaksanaan kegiatan kehumasan berbasis teknologi digital. Dalam era digital, keberadaan struktur tim yang jelas sangat penting untuk memastikan pengelolaan informasi, media sosial, website, serta berbagai platform komunikasi digital dapat berjalan secara efektif dan terkoordinasi. Setiap anggota tim memiliki peran yang saling melengkapi dalam membangun komunikasi yang baik antara institusi dan publik.¹¹⁸

¹¹⁸ M. Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018). h. 88–90

Dengan struktur organisasi yang tertata, proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat, terarah, dan sesuai dengan tujuan lembaga. Selain itu, pembagian tugas yang jelas juga dapat meningkatkan efisiensi kerja, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan informasi kepada masyarakat.

Pengembangan performa penyiaran informasi di ruang siber bertumpu pada kesiapan pembentukan tim khusus digital kehumasan, Ketua Tim Humas menjelaskan proses pemisahan struktur kerja di internal unitnya:

"Pengorganisasian tim humas digital dirancang secara spesifik dengan memisahkan wilayah kerja teknis. Staf tidak dibiarkan bekerja secara acak, melainkan dikelompokkan ke dalam klaster administrasi, klaster redaksional tulisan website, serta klaster tim kreatif media sosial agar proses produksi narasi institusi memiliki penanggung jawab yang jelas."¹¹⁹

Langkah pemisahan tim ini didukung penuh oleh hasil observasi peneliti di lapangan. Berdasarkan catatan pengamatan, peneliti melihat bahwa struktur tim humas digital di IAIN Curup secara nyata telah dibagi dalam bentuk tim-tim kecil yang fungsional, di mana setiap staf menempati posisi bagian kerja masing-masing secara teratur.

Pembentukan struktur tim humas digital di IAIN Curup menunjukkan berjalannya asas diferensiasi fungsional dalam organisasi. Dengan memetakan staf ke dalam klaster-klaster kerja yang mandiri, unit Humas berhasil membangun sistem kerja yang fokus dan dinamis, yang sangat dibutuhkan oleh ekosistem industri media siber perguruan tinggi.

¹¹⁹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

b. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) Digital

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) digital merupakan upaya organisasi dalam mengembangkan, mengarahkan, dan memanfaatkan kompetensi pegawai agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam lingkungan kerja yang semakin terdigitalisasi, SDM tidak hanya dituntut memiliki kemampuan teknis, tetapi juga keterampilan dalam mengelola informasi, berkomunikasi melalui media digital, serta memanfaatkan berbagai platform teknologi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Pengelolaan SDM digital yang baik dapat meningkatkan efektivitas kerja, produktivitas, dan kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan pengembangan kompetensi secara berkelanjutan agar SDM mampu menghadapi tantangan dan kebutuhan kerja di era digital.¹²⁰

Upaya peningkatan kompetensi literasi siber para staf dikelola secara terencana melalui program edukasi berkelanjutan. Ketua Tim Humas memaparkan strategi pengelolaan keterampilan timnya:

"Untuk mengelola agar staf terus terampil dalam mengoperasikan perangkat teknologi digital, dirancang program peningkatan kapasitas berkala, seperti mengikutsertakan mereka dalam workshop kehumasan PTKIN, pelatihan jurnalistik siber, dan kursus desain grafis atau editing video."¹²¹

¹²⁰ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2019). h. 7–9

¹²¹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Kepala Biro AUAK mengonfirmasi kesiapan birokrasi untuk mendanai kegiatan peningkatan kecakapan digital tersebut:

"Terkait peningkatan keterampilan, diberikan dukungan penuh dalam legalitas dan dispensasi dinas, serta memastikan anggaran negara (DIPA) mengcover biaya pelatihan sertifikasi kehumasan nasional bagi para staf tersebut agar kompetensi mereka diakui secara profesional di tingkat nasional."¹²²

Fakta pengelolaan kapasitas ini terekam secara konsisten melalui data observasi peneliti. Peneliti mencatat adanya aktivitas pengelolaan yang proaktif dari pihak pimpinan dalam membina staf agar senantiasa cakap dan terampil dalam mengoperasikan gawai serta aplikasi publikasi digital terbaru.

Pengelolaan SDM digital di IAIN Curup memadukan aspek peningkatan keterampilan (*upskilling*) dengan pengakuan profesionalitas formal. Skema ini memastikan bahwa akselerasi transformasi digital di lembaga pendidikan tinggi Islam didukung oleh kesiapan kapasitas pelaksana operasional yang handal dan adaptif terhadap perkembangan algoritma media siber.

c. Fasilitas Teknologi

Fasilitas teknologi merupakan sarana dan prasarana berbasis digital yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan tugas dan kegiatan organisasi. Dalam era transformasi digital, keberadaan fasilitas teknologi seperti komputer, jaringan internet, perangkat lunak, serta sistem informasi

¹²² Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

menjadi sangat penting untuk menunjang kelancaran kerja, khususnya dalam bidang kehumasan dan pengelolaan informasi.

Pemanfaatan fasilitas teknologi yang memadai dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, mempercepat proses kerja, serta memperluas jangkauan penyebaran informasi. Oleh karena itu, pengelolaan dan pemanfaatan fasilitas teknologi harus dilakukan secara optimal agar dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi secara efisien.¹²³ Pemenuhan kebutuhan material menjadi aspek penting dalam kelancaran kinerja industri kreatif humas. Ketua Tim Humas memaparkan rincian inventaris yang dikelola:

"Untuk menunjang pengorganisasian kerja yang cepat, dilakukan pemetaan kebutuhan material tim. Saat ini, Humas telah mengajukan perangkat keras (*hardware*) seperti *PC editing* spesifikasi tinggi, kamera DSLR/Mirrorless untuk dokumentasi, wireless microphone, dan perangkat lighting. Dari segi software, digunakan aplikasi pengolah grafis dan video profesional (seperti *Adobe Creative Cloud*), serta sistem manajemen konten (CMS) berbasis *website*."¹²⁴

Kepala Biro AUAK menegaskan bahwa pemenuhan sarana material ini diposisikan sebagai prioritas belanja modal institusi:

"Oleh karena itu, berdasarkan usulan inventaris dari Ketua Tim Humas, disetujui pengadaan fasilitas teknologi tersebut secara bertahap. Dipastikan bahwa aset-aset digital dan perangkat keras yang diserahkan ke Humas adalah barang berspesifikasi standar industri kreatif agar proses publikasi institusi tidak terhambat oleh kendala teknis perangkat."¹²⁵

Berdasarkan pengamatan empiris peneliti di lapangan, ketersediaan alat penunjang komunikasi digital di ruang kerja. Peneliti

¹²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017). h. 27–29

¹²⁴ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹²⁵ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

mengamati keberadaan sarana digital (*software* dan *hardware*) seperti kamera, komputer editing spesifikasi tinggi, serta aplikasi berbayar lainnya tersedia untuk menunjang performa kerja humas secara harian.

Pengorganisasian fasilitas teknologi di IAIN Curup diarahkan pada standarisasi perangkat sesuai kebutuhan industri komunikasi siber. Melalui penyediaan perangkat keras spesifikasi tinggi dan perangkat lunak berlisensi, manajemen berhasil meminimalisir hambatan teknis operasional, sehingga produktivitas staf dalam memproduksi media publikasi dapat berjalan optimal.

d. Struktur Organisasi (Baru)

Struktur organisasi (baru) merupakan bentuk susunan hubungan kerja yang menggambarkan pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab dalam suatu organisasi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Perubahan struktur organisasi biasanya dilakukan untuk meningkatkan efektivitas kerja, mempercepat alur komunikasi, serta menyesuaikan dengan tuntutan lingkungan, termasuk perkembangan teknologi dan dinamika tugas organisasi.

Dengan adanya struktur organisasi yang baru, diharapkan setiap bagian dapat bekerja lebih terarah, terkoordinasi, dan efisien. Hal ini juga bertujuan untuk memperjelas alur kerja sehingga pelaksanaan tugas dapat berjalan lebih optimal dalam mencapai tujuan organisasi.¹²⁶

¹²⁶ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). h. 67–69

Kejelasan kedudukan unit di dalam tata kelola birokrasi perguruan tinggi diatur guna mempertegas jalur komunikasi formal. Ketua Tim Humas menerangkan kerangka organisasi yang mengikat posisi unitnya:

"Kerangka formal menginduk pada struktur organisasi institut, di mana Humas berada di bawah koordinasi Biro AUAK. Saluran komunikasi internal dibuat sejalur namun fleksibel melalui grup koordinasi digital sebagai pusat pelaporan teknis harian."¹²⁷

Kepala Biro AUAK mempertegas aturan rantai komando formal tersebut sebagai dasar pertanggungjawaban hukum:

"Aturan rantai komando tersebut ditegaskan kembali. Struktur organisasi formal dibuat agar alur pelaporan dan pertanggungjawaban menjadi jelas. Pimpinan mendelegasikan wewenang operasional penuh kepada Ketua Tim Humas untuk mengatur ritme kerja harian stafnya."¹²⁸

Fakta mengenai kedudukan formal ini terkonfirmasi lewat observasi lapangan. Peneliti mencatat adanya bentuk kerangka formal yang jelas yang mengatur hubungan pelaporan serta saluran komunikasi birokrasi dengan menempatkan Ketua Tim Humas sebagai koordinator sentral.

Struktur organisasi Humas IAIN Curup menggabungkan pola birokrasi formal dengan fleksibilitas komunikasi digital. Kejelasan struktur ini memotong rantai birokrasi yang panjang tanpa menanggalkan aspek legalitas, sehingga memudahkan koordinasi teknis serta mempercepat proses penyampaian laporan kinerja kepada pimpinan rektorat.

¹²⁷ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹²⁸ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

e. **Pembagian Tugas / *Job Description* (Baru)**

Pembagian tugas atau job description merupakan proses penentuan dan perincian pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap individu dalam suatu organisasi. Dalam struktur organisasi yang baru, pembagian tugas menjadi sangat penting untuk memastikan setiap anggota memahami peran, tanggung jawab, serta batas kewenangannya masing-masing. Hal ini bertujuan agar pelaksanaan pekerjaan dapat berjalan lebih terarah, efektif, dan tidak terjadi tumpang tindih tugas.

Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, organisasi dapat meningkatkan koordinasi kerja, efisiensi, serta akuntabilitas dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Selain itu, job description juga membantu dalam penilaian kinerja karena setiap tugas telah memiliki ruang lingkup yang terukur.¹²⁹

Guna menghindari terjadinya tumpang tindih kewenangan, dilakukan penunjukan dan pemisahan peran yang spesifik bagi setiap staf. Pauzar Utama selaku Staf Bagian Web Berita dan Media merincikan beban kerjanya:

"Tugas khusus yang dijalankan adalah mengelola sistem informasi berbasis web. Job desk berfokus pada penulisan berita, peliputan kegiatan universitas, wawancara narasumber internal, hingga mengunggah rilis berita ke website resmi IAIN Curup setelah teksnya dinyatakan valid."¹³⁰

Pada lini estetika visual selaku Staf Bagian Editing memaparkan tanggung jawabnya:

¹²⁹ Veithzal Rivai Zainal, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). h. 212–214

¹³⁰ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

"Sesuai rincian tugas, fokus ada pada aspek visual bertindak sebagai desainer grafis dan editor video. Tugas ini bertanggung jawab mengubah rilis berita mentah atau data mentah menjadi infografis, *flyer digital*, poster, maupun video pendek yang menarik sebelum diserahkan ke pengelola media sosial."¹³¹

Selanjutnya, alur distribusi produk kreatif ke publik siber dikelola secara mandiri oleh Staf Bagian Media Sosial:

"Tugas spesifik yang diemban adalah mengelola akun-akun media sosial resmi kampus (*Instagram, TikTok, Facebook*). Tanggung jawab meliputi penyusunan kalender konten, melakukan caption writing, mengunggah materi visual yang sudah diedit, serta berinteraksi dengan netizen di ruang digital."¹³²

Pembagian tugas spesifik ini divalidasi dan diawasi secara melekat oleh Ketua Tim Humas:

"Rincian job description resmi tersebut diawasi secara langsung. Pengorganisasian ini sengaja dibuat spesifik agar tidak terjadi tumpang tindih kewenangan. Mas Pauzar fokus pada staf teks jurnalistik web, Mas Anizar pada estetika visual, dan Mbak Apriza pada distribusi media sosial. Pemisahan tugas ini membuat alur kerja menjadi lebih efisien karena setiap orang menjadi spesialis di bidangnya masing-masing."¹³³

Data hasil wawancara ini sesuai dengan hasil data pengamatan peneliti. Peneliti mengobservasi bahwa terdapat pembagian tugas khusus yang terstruktur antara pengelola IT, desainer visual, dan penulis berita melalui sistem penunjukan serta pemisahan *job desk* yang rapi.

Pembagian tugas di internal Humas IAIN Curup menerapkan prinsip spesialisasi kerja industri kreatif digital. Melalui pemisahan yang jelas antara peran penulis teks, desainer visual, dan distributor media

¹³¹ Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹³² Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹³³ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

sosial, alur produksi informasi dapat berjalan secara linier, cepat, dan efisien tanpa risiko tumpang tindih kewenangan antar-personel.

f. Pendelegasian Wewenang (Baru)

Pendelegasian wewenang merupakan proses pelimpahan sebagian tugas dan tanggung jawab dari atasan kepada bawahan agar pelaksanaan pekerjaan dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Dalam organisasi, pendelegasian wewenang menjadi hal yang penting karena tidak semua pekerjaan dapat diselesaikan oleh satu orang saja. Melalui pendelegasian yang tepat, setiap anggota organisasi dapat berkontribusi sesuai dengan kapasitas dan tanggung jawabnya masing-masing.

Selain meningkatkan efektivitas kerja, pendelegasian wewenang juga membantu mempercepat proses pengambilan keputusan serta meningkatkan kemandirian dan kepercayaan diri pegawai dalam melaksanakan tugas. Oleh karena itu, pendelegasian harus dilakukan secara jelas, terarah, dan disertai dengan tanggung jawab yang seimbang.¹³⁴

Meskipun pembagian tugas telah diatur, batasan wewenang eksekusi akhir tetap dikunci demi keamanan informasi. Staf Bagian Media Sosial, menjelaskan batas otonomi kerjanya:

"Untuk pendelegasian wewenang, pimpinan memberikan kepercayaan untuk membalas komentar atau DM yang bersifat normatif dan umum, seperti pertanyaan tentang jadwal pendaftaran atau syarat masuk kampus. Namun, jika ada komentar yang sensitif atau kritik tajam,

¹³⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). h. 222–224

wewenang staf hanya meng-capture dan melaporkannya ke Ketua Tim Humas untuk meminta arahan jawaban."¹³⁵

Pembatasan serupa juga berlaku pada pengelolaan portal berita utama sebagaimana diuraikan oleh selaku Staf Bagian Web Berita:

"Sama halnya dengan di bagian web. Jika ada berita mendesak yang harus segera tayang, tugas staf adalah menyiapkan draf kilatnya (*breaking news*). Namun, staf tidak memiliki wewenang untuk langsung mempublishtnya tanpa konfirmasi persetujuan (Acc) dari Ketua Tim Humas."¹³⁶

Ketua Tim Humas mengonfirmasi pemberlakuan batasan wewenang darurat tersebut:

"Pendelegasian wewenang diberikan secara proporsional. Staf medsos dan web dipercayai untuk mengeksekusi hal-hal teknis yang bersifat pelayanan informasi publik sehari-hari agar pelayanan bisa cepat. Tetapi, untuk pengunggahan konten mendesak atau merespons isu krisis di kolom komentar, mereka wajib menahan diri hingga diberikan arahan atau formulasi bahasa yang tepat demi keamanan informasi lembaga."¹³⁷

Melalui pengamatan langsung di lapangan peneliti mencatat bahwa pimpinan memberikan wewenang pengambilan keputusan teknis harian kepada bawahan, namun terdapat batasan tegas yang dipatuhi secara tertib oleh seluruh staf.

Pendelegasian wewenang teknis di unit Humas IAIN Curup menganut prinsip desentralisasi terkendali. Skema ini memberikan kecepatan dalam merespons pertanyaan publik yang bersifat umum, sekaligus memberikan perlindungan berlapis terhadap risiko kesalahan fatal saat menghadapi situasi krisis komunikasi di media sosial.

¹³⁵ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹³⁶ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹³⁷ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

g. Penempatan Personalia / *Staffing* (Baru)

Penempatan personalia (*staffing*) merupakan proses pengisian posisi atau jabatan dalam organisasi dengan orang yang tepat sesuai dengan kompetensi, kemampuan, dan kualifikasi yang dibutuhkan. Proses ini bertujuan agar setiap pekerjaan dapat dilaksanakan oleh individu yang memiliki keahlian yang sesuai, sehingga kinerja organisasi dapat berjalan secara optimal dan efektif.

Dalam praktiknya, *staffing* tidak hanya mencakup penempatan pegawai baru, tetapi juga pengembangan. Dengan penempatan personalia yang tepat, organisasi dapat meningkatkan produktivitas kerja serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara lebih efisien.¹³⁸

Penerapan asas penempatan karyawan didasarkan atas kesesuaian keahlian profesional yang objektif. Ketua Tim Humas menjelaskan kriteria pengusulan personalia di unitnya:

"Dalam penempatan personalia, dilakukan pengusulan staf berdasarkan analisis kompetensi digital yang nyata. Ditinjau rekam jejak, keahlian teknis, dan latar belakang pendidikan mereka agar penempatan benar-benar akurat."¹³⁹

Biro AUAK mengonfirmasi penegakan asas kepegawaian tersebut melalui penerbitan legalitas surat keputusan:

"Selaku pimpinan tertinggi di bidang administrasi dan kepegawaian, dipastikan prinsip the right man on the right place berjalan dengan mengeluarkan SK (Surat Keputusan) penempatan yang disesuaikan dengan formasi keahlian mereka."¹⁴⁰

¹³⁸ Siswanto, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administratif dan Operasional (Jakarta: Bumi Aksara, 2012). h. 45–47

¹³⁹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁴⁰ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Data hasil penelitian ini didukung oleh pengamatan langsung peneliti. Peneliti melihat bahwa proses penempatan staf di lingkungan kerja Humas IAIN Curup dinilai telah berjalan dengan sangat tepat berdasarkan kualifikasi teknologi yang dikuasai masing-masing personel.

Proses *staffing* di unit Humas IAIN Curup telah memenuhi kaidah manajemen personalia modern. Kesesuaian antara latar belakang keahlian dengan beban kerja harian memicu efisiensi performa operasional, sehingga seluruh instrumen digital lembaga dapat dikelola oleh individu yang memiliki kompetensi siber otentik.

h. Koordinasi Antar Unit (Baru)

Alur pengorganisasian kerja eksternal melibatkan penyelarasan data dari berbagai divisi di lingkungan kampus. Pada staf surat menyurat dan protokoler menerangkan alur administrasi di hulu:

"Dari sudut pengorganisasian, posisi staf bertindak sebagai jembatan administrasi antara unit luar dengan internal Humas. Mekanisme koordinasi antar unit di IAIN Curup biasanya diawali dengan adanya surat masuk atau nota dinas permohonan liputan atau publikasi dari fakultas atau lembaga lain. Tugas staf adalah mengorganisir dokumen tersebut, mencatatnya ke dalam agenda dinas, dan menyerahkannya ke Ketua Tim untuk didisposisikan kepada tim media."¹⁴¹

Alur penyelarasan di tingkat hilir disempurnakan oleh Staf Bagian

Share and Kontrol:

"Tugas pengorganisasian berada di hilir komunikasi. Setelah konten selesai diproduksi melalui rantai kerja tim, dilakukan fungsi kontrol kualitas. Selain itu, dalam berkoordinasi dengan unit lain, dipastikan bahwa setelah berita tayang, tautan rilis tersebut dibagikan

¹⁴¹ Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

kembali secara tersistem ke grup-grup komunikasi internal fakultas dan unit kerja asal, agar tercipta sinergi publikasi yang meluas."¹⁴²

Rantai koordinasi lintas sektoral ini divalidasi oleh Ketua Tim

Humas sebagai pilar keterpaduan publikasi:

"Mekanisme koordinasi internal dan eksternal diorganisasikan melalui penerapan *cross-functional coordination*. Staf administrasi mengatur keteraturan administrasi di hulu dengan unit-unit lain di IAIN Curup (Fakultas, Pascasarjana, LPPM, dll), sementara staf kontrol memastikan hasil publikasi di hilir kembali dinikmati dan dievaluasi bersama oleh unit terkait. Ini memastikan bahwa Humas tidak bekerja dalam isolasi, melainkan menjadi motor penggerak sinergi publikasi terpadu di seluruh lingkungan kampus."¹⁴³

Data lapangan ini didukung kuat oleh catatan observasi peneliti.

Peneliti melihat adanya koordinasi dan penyelarasan aktivitas yang intensif dilakukan antara tim Humas dengan unit kerja lain di lingkungan IAIN Curup guna mewujudkan sinergi publikasi satu pintu yang solid.

Mekanisme koordinasi antar-unit di IAIN Curup menerapkan pola *cross-functional coordination* yang integratif. Melalui pengelolaan administrasi surat menyurat di hulu dan redistribusi tautan resmi di hilir, Humas berhasil memosisikan diri sebagai pusat pengelola informasi institut yang mampu menyatukan seluruh potensi publikasi fakultas secara sinergis.

¹⁴² Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁴³ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

3. Pelaksanaan (*Actuating*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

Pelaksanaan (*actuating*) merupakan tahap dalam fungsi manajemen yang berfokus pada upaya menggerakkan seluruh sumber daya organisasi agar dapat melaksanakan rencana yang telah disusun. Dalam konteks pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan IAIN Curup, tahap pelaksanaan mencakup implementasi berbagai strategi komunikasi melalui media digital seperti website, media sosial, dan platform informasi lainnya untuk menyampaikan informasi kepada publik secara efektif.

Pada tahap ini, peran koordinasi, komunikasi, serta kepemimpinan sangat dibutuhkan agar seluruh program kehumasan dapat berjalan sesuai rencana. Dengan pelaksanaan yang baik, pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan kualitas penyebaran informasi, mempercepat layanan komunikasi, serta memperkuat citra institusi di ruang publik.¹⁴⁴

Fase pelaksanaan (*actuating*) merupakan inti operasional dari siklus manajemen kehumasan digital, di mana seluruh rencana dan struktur tim diwujudkan dalam aksi nyata penyiaran konten, pengelolaan interaksi publik, serta penerapan gaya kepemimpinan lapangan yang dinamis.

Artikulasi teoretis, pemaparan empiris, serta konfirmasi observatif mengenai aktivitas pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat di lokasi penelitian berdasarkan seluruh sub-indikator dapat dijabarkan sebagai berikut:

¹⁴⁴ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). h. 63–65

a. Produksi Konten Digital

Produksi konten digital merupakan proses pembuatan berbagai bentuk informasi yang disajikan melalui media berbasis teknologi, seperti teks, gambar, video, dan audio, untuk disebarluaskan kepada publik melalui platform digital. Dalam konteks kehumasan, produksi konten digital menjadi bagian penting dalam menyampaikan informasi organisasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Melalui produksi konten yang baik, pesan yang disampaikan dapat meningkatkan pemahaman publik serta membangun citra positif lembaga. Oleh karena itu, proses produksi konten digital perlu dilakukan secara terencana, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens agar tujuan komunikasi organisasi dapat tercapai secara efektif.¹⁴⁵

Eksekusi pengumpulan data dan pengolahan konten dilakukan secara taktis saat operasional di lapangan berlangsung oleh Staf Bagian Web Berita memaparkan taktik peliputan harian:

"Praktik nyata penulisan berita harian dimulai langsung di lapangan. Saat meliput acara, staf membawa laptop dan menggunakan gawai untuk mencatat poin-poin penting wawancara serta mengambil foto sebagai dokumen pendukung berita."¹⁴⁶

Sinkronisasi sudut pandang dokumentasi tersebut diselaraskan oleh Staf Bagian Editing dalam proses syuting video:

"Dalam produksi video harian, dieksekusi rekaman lapangan yang diambil menggunakan kamera mirrorless dan mikrofon nirkabel. Setelah

¹⁴⁵ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Pesan Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016). h. 102–104

¹⁴⁶ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

proses syuting selesai, pemrosesan file dilakukan menggunakan komputer editor berspesifikasi tinggi menggunakan software profesional."¹⁴⁷

Realisasi aktivitas ini tercatat secara konsisten di dalam data observasi peneliti. Peneliti melihat adanya praktik nyata pembuatan konten harian (video dan berita) menggunakan perangkat teknologi canggih yang senantiasa diperbarui secara berkala (*selalu update*).

Pelaksanaan produksi konten digital di IAIN Curup bertumpu pada pemanfaatan perkakas multimedia modern. Langkah pengolahan data mentah menjadi infografis dan materi video pendek yang variatif membuktikan bahwa unit Humas berhasil mengemas informasi akademik ke dalam bentuk komoditas digital yang menarik bagi publik internet.

b. Publikasi (Web & Sosmed)

Publikasi melalui web dan media sosial merupakan proses penyebaran informasi kepada publik dengan memanfaatkan platform digital seperti website resmi dan berbagai media sosial. Dalam konteks kehumasan, publikasi berperan penting dalam memastikan informasi organisasi dapat tersampaikan secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Dengan adanya publikasi yang terencana dan konsisten, organisasi dapat membangun komunikasi yang efektif dengan publik sekaligus memperkuat citra dan kredibilitas lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan

¹⁴⁷ Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

publikasi harus dilakukan secara profesional agar pesan yang disampaikan tetap akurat, menarik, dan sesuai dengan target audiens.¹⁴⁸

Tahapan penyebaran produk komunikasi mengutamakan aspek kecepatan sebaran dan optimasi kanal resmi. Pada Staf Bagian Web Berita menjelaskan aspek teknis pengunggahan portal:

"Proses teknis pengunggahan berita ke website dilakukan melalui sistem manajemen konten berbasis web. Agar jangkauannya luas dan cepat terindeks, dioptimalkan penulisan judul berita yang mengandung kata kunci yang sering dicari masyarakat (menggunakan teknik SEO dasar) sebelum rilis berita tersebut dipublish secara resmi."¹⁴⁹

Di jalur distribusi media sosial oleh Staf Bagian Media Sosial memaparkan mekanisme pengelolaan penjadwalan konten:

"Untuk publikasi media sosial, materi grafis atau video pendek yang sudah matang diunggah melalui platform manajemen media sosial untuk memastikan ketepatan waktu tayang agar materi publisitas dapat menjangkau khalayak secara luas dan cepat."¹⁵⁰

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti terhadap alur penyiaran berita, alur kerja publikasi ini berjalan secara teratur. Peneliti mencatat bahwa proses teknis pengunggahan informasi dilakukan melalui langkah sistematis, yaitu memproduksi bahan, melakukan kroscek validitas, lalu menyebarluaskan ke seluruh akun media resmi kampus.

Aktivitas publikasi digital di IAIN Curup mengombinasikan keandalan teknik informasi berbasis SEO pada website dengan manajemen penjadwalan multi platform media sosial. Skema distribusi ini memperluas

¹⁴⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017). h. 145–147

¹⁴⁹ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁵⁰ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

jangkauan sebaran rilis, mempercepat penyampaian berita, serta meningkatkan keterbacaan data akademik lembaga oleh masyarakat luas.

c. Interaksi Digital

Interaksi digital merupakan proses komunikasi dua arah yang terjadi antara organisasi dengan publik melalui media berbasis teknologi seperti media sosial, *website*, dan *platform* komunikasi digital lainnya. Dalam konteks kehumasan, interaksi digital memungkinkan adanya respons langsung terhadap pertanyaan, komentar, maupun masukan dari masyarakat sehingga hubungan antara lembaga dan publik dapat terjalin lebih dekat dan terbuka.

Melalui interaksi digital yang baik, organisasi dapat membangun kepercayaan publik, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memperkuat citra positif lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan interaksi digital perlu dilakukan secara cepat, tepat, dan profesional agar komunikasi yang terjalin tetap efektif dan bermakna.¹⁵¹

Membangun komunikasi relasional di era digital menuntut ketersediaan ruang dialog yang responsif. Staf Bagian Media Sosial menjelaskan pengelolaan ruang percakapan siber unitnya:

"Mengenai interaksi digital, dimanfaatkan fitur komentar, direct message (DM), dan fitur questions di Instagram Story secara aktif. Fitur tersebut digunakan sebagai ruang pelayanan publik digital untuk menjawab pertanyaan masyarakat secara responsif, ramah, dan solutif."¹⁵²

¹⁵¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015). h. 163–165

¹⁵² Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Ketua Tim Humas menegaskan bahwa pengelolaan interaksi siber ini diarahkan sebagai representasi layanan institusi yang bersahabat:

"Media sosial dan website adalah wajah interaktif IAIN Curup. Oleh karena itu, pemanfaatan fitur interaksi digital oleh staf diarahkan agar menjadi sarana customer service akademis yang responsif, sehingga masyarakat merasa dekat dan dilayani dengan baik oleh kampus."¹⁵³

Kenyataan ini dikonfirmasi melalui catatan observasi peneliti di lapangan. Peneliti melihat bukti bahwa tim Humas memanfaatkan fitur ruang obrolan (*chat*) dan kolom komentar secara aktif untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui penunjukan staf khusus yang bertanggung jawab.

Interaksi digital yang dijalankan oleh Humas IAIN Curup merepresentasikan pergeseran menuju model komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*). Dengan memosisikan kolom komentar sebagai media pelayanan publik siber, institusi berhasil memperpendek jarak psikologis dan meningkatkan ikatan emosional audiens.

d. Tindakan Korektif

Tindakan korektif merupakan langkah yang dilakukan untuk memperbaiki kesalahan, penyimpangan, atau ketidaksesuaian yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Dalam konteks manajemen kehumasan digital, tindakan korektif diperlukan untuk memastikan bahwa proses komunikasi dan penyebaran informasi tetap berjalan sesuai dengan

¹⁵³ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

tujuan yang telah ditetapkan, serta memperbaiki jika terjadi kesalahan dalam publikasi atau interaksi digital.

Melalui tindakan korektif yang tepat, organisasi dapat menjaga kualitas informasi, meningkatkan efektivitas kerja, serta meminimalkan dampak negatif dari kesalahan yang terjadi. Oleh karena itu, tindakan korektif menjadi bagian penting dalam menjaga keberlangsungan dan profesionalitas pengelolaan komunikasi digital.¹⁵⁴

Mitigasi risiko penanganan konten bermasalah di tingkat hilir diuraikan oleh Staf Bagian Share and Kontrol:

"Sebagai pengawas konten di hilir, jika ditemukan adanya masalah teknis (misal: tautan/link web eror saat dibagikan) atau konten yang kurang efektif (mendapat sentimen negatif di kolom komentar), tindakan korektif yang diambil adalah langsung berkoordinasi dengan tim pembuat konten. Jika kesalahannya fatal, atas persetujuan Ketua Tim, diambil tindakan *take-down* (menurunkan konten), melakukan perbaikan redaksional, lalu mengunggahnya kembali disertai klarifikasi yang sopan jika diperlukan."¹⁵⁵

Ketua Tim Humas menegaskan ketatnya batasan waktu penanganan krisis rilis informasi tersebut:

"Keluhan teknis atau kesalahan informasi digital harus diselesaikan dalam waktu kurang dari 30 menit setelah ditemukan. Koordinasi cepat antar staf di dalam grup internal terbukti mampu memitigasi risiko kesalahan publikasi, sehingga reputasi digital IAIN Curup tetap terjaga dengan aman dan profesional."¹⁵⁶

Fakta kedaruratan ini terkonfirmasi lewat pengamatan lapangan peneliti. Peneliti mengobservasi bahwa apabila ditemukan konten yang dinilai tidak efektif atau mengalami masalah teknis publikasi, tim Humas

¹⁵⁴ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: Mandar Maju, 2011). h. 102–104

¹⁵⁵ Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁵⁶ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

secara sigap mengambil tindakan korektif berupa penarikan ulang (*take-down*) konten untuk dikroscek kembali validitasnya.

Penerapan sistem intervensi cepat di bawah batas waktu 30 menit menunjukkan kematangan manajemen dalam mengelola krisis informasi digital. Prosedur penarikan ulang (*take-down*) responsif terbukti efektif meminimalkan dampak penyebaran hoaks atau misinformasi, sehingga nama baik institusi dapat dikawal secara konsisten di ruang siber.

e. Kepemimpinan / *Leadership* (Baru)

Kepemimpinan (*leadership*) merupakan kemampuan seseorang dalam memengaruhi, mengarahkan, dan menggerakkan orang lain agar mau bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks manajemen kehumasan digital, kepemimpinan memiliki peran penting dalam memastikan seluruh proses pengelolaan komunikasi berjalan efektif, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan di berbagai platform digital.

Pemimpin yang baik mampu memberikan arahan yang jelas, membangun kerja sama tim, serta mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi berbagai tantangan di era digital. Oleh karena itu, kepemimpinan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengelolaan kehumasan berbasis teknologi informasi.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Kartini Kartono, *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu?* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). h. 34–36

Gaya pengarahan dalam unit industri kreatif menuntut pendekatan yang lebih humanis dan fleksibel. Ketua Tim Humas menjelaskan model kepemimpinan lapangan yang diterapkannya:

"Gaya kepemimpinan yang diterapkan di Humas adalah demokratis-partisipatif sekaligus situasional. Dalam memberikan penjelasan teknis harian, tidak digunakan instruksi kaku, melainkan melalui briefing pagi yang santai atau arahan langsung lewat grup *WhatsApp*. Pemimpin memosisikan diri sebagai rekan diskusi yang mengarahkan staf agar ide kreatif mereka tetap keluar, namun tetap berada dalam koridor standar publikasi dan etika siber yang ditetapkan institut."¹⁵⁸

Kepala Biro AUAK mengonfirmasi ketepatan pendekatan kepemimpinan tersebut di lingkungan kerja tim multimedia:

"Selaku pimpinan, sengaja diberikan keleluasaan kepada Ketua Tim Humas untuk memimpin timnya dengan gaya yang lebih fleksibel. Dunia digital dan industri kreatif menuntut ritme kerja yang dinamis, bukan birokrasi yang kaku. Gaya kepemimpinan ini dinilai sangat efektif dalam memengaruhi staf muda di Humas agar bekerja dengan dedikasi tinggi tanpa merasa tertekan oleh hierarki formal."¹⁵⁹

Data wawancara di atas bersesuaian dengan hasil observasi lapangan. Peneliti mengamati secara langsung bahwa pola kepemimpinan Kepala Humas dalam membimbing staf diwujudkan melalui pemberian arahan kerja serta pembantuan pembagian tugas yang komunikatif.

Gaya kepemimpinan demokratis-partisipatif yang diterapkan di unit Humas IAIN Curup terbukti adaptif terhadap karakteristik ekosistem kerja digital. Kepemimpinan situasional ini berhasil meminimalkan sekat psikologis birokrasi, sehingga staf merasa dihargai dan terdorong untuk menyumbangkan ide-ide kreatif secara maksimal.

¹⁵⁸ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁵⁹ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

f. Motivasi / *Motivating* (Baru)

Motivasi (*motivating*) merupakan proses yang dilakukan untuk mendorong dan menggerakkan individu dalam organisasi agar memiliki semangat kerja yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Dalam manajemen kehumasan digital, motivasi sangat penting untuk meningkatkan kinerja tim dalam menghasilkan konten, mengelola media sosial, serta menjaga kualitas komunikasi publik.

Dengan adanya motivasi yang baik, setiap anggota tim akan lebih berkomitmen dan produktif dalam menjalankan pekerjaannya. Oleh karena itu, motivasi perlu dibangun secara berkelanjutan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien.¹⁶⁰

Upaya menjaga produktivitas dan ritme kerja staf dilakukan melalui penyediaan stimulus materiil maupun non-materiil. Ketua Tim Humas memaparkan bentuk dorongan kerja di unitnya:

"Untuk menjaga produktivitas tim kreatif, diberikan dorongan materiil maupun non-materiil. Secara materiil, melalui kebijakan pimpinan, operasional lapangan didukung oleh uang saku atau lembur yang sah sesuai regulasi jika ada kegiatan besar di luar jam kerja. Secara non-materiil, diberikan apresiasi terbuka atas karya visual atau tulisan mereka, memberikan ruang otonomi kreativitas, serta menyediakan lingkungan kerja yang minim sekat."¹⁶¹

Kepala Biro AUAK mengonfirmasi ketepatan waktu pencairan hak keuangan tersebut sebagai bentuk penguatan motivasi makro:

"Secara materiil, dipastikan hak-hak operasional dan kesejahteraan tim Humas yang tertuang dalam anggaran negara (DIPA) dapat dicairkan

¹⁶⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017). h. 219–221

¹⁶¹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

secara tepat waktu dan transparan sesuai dengan volume kinerja riil mereka di lapangan. Rutin pula diberikan penghargaan moral, seperti mengundang mereka dalam rapat pimpinan formal agar tim Humas merasa bahwa kontribusi mereka diakui."¹⁶²

Berdasarkan hasil pengamatan langsung peneliti, instrumen pemberian motivasi ini berjalan dengan baik di lapangan. Peneliti mencatat adanya pemenuhan dorongan motivasi berkala yang disediakan secara nyata oleh pihak lembaga guna memelihara semangat tim kerja.

Manajemen motivasi di IAIN Curup mengombinasikan pemenuhan kesejahteraan finansial berbasis anggaran negara (DIPA) dengan penghargaan psikologis-profesional. Keseimbangan pemberian stimulus ini sukses memicu loyalitas staf tim kreatif, menjaga produktivitas pembuatan konten harian, serta menurunkan tingkat kejenuhan kerja di tengah tuntutan dunia siber yang serba cepat.

g. Komunikasi / *Communication* (Baru)

Komunikasi (*communication*) merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai pemahaman yang sama. Dalam manajemen kehumasan digital, komunikasi menjadi unsur utama dalam memastikan informasi dapat tersampaikan secara jelas, cepat, dan tepat melalui berbagai media seperti website, media sosial, dan platform digital lainnya.

Komunikasi yang efektif akan membantu meningkatkan koordinasi kerja, memperkuat hubungan antaranggota tim, serta

¹⁶² Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

membangun citra positif organisasi di mata publik. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi yang baik sangat diperlukan dalam mendukung keberhasilan pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁶³

Penjagaan akurasi pesan dilakukan melalui pengaturan alur distribusi komunikasi internal yang baku. Ketua Tim Humas menjelaskan pola pertukaran pesan di unitnya:

"Lingkungan kerja menyediakan ekosistem yang minim sekat agar alur komunikasi dan umpan balik (*feedback*) berjalan dua arah secara real-time tanpa sumbatan informasi antara atasan dan bawahan, guna memitigasi timbulnya kesalah pahaman data *siber*."¹⁶⁴

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan, peneliti mencatat terwujudnya alur penyampaian komunikasi berjenjang yang harmonis. Alur penyampaian instruksi dan timbal balik (*feedback*) berjalan secara tertib melewati garis hierarki mulai dari unsur staf pelaksana, Ketua Tim Humas, hingga Kepala Biro AUAK untuk menghindari terjadinya kesalahan informasi di media digital.

Pola komunikasi dua arah tanpa sekat birokrasi berhasil membangun rasa transparansi yang tinggi di kalangan internal Humas IAIN Curup. Mekanisme umpan balik (*feedback*) yang bersifat *real-time* ini meminimalkan distorsi pesan birokrasi, sehingga setiap instruksi pimpinan rektorat dapat diterjemahkan menjadi produk komunikasi siber secara akurat.

¹⁶³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017). h. 10–12

¹⁶⁴ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

h. Pemberian Instruksi / *Directing* (Baru)

Pemberian instruksi (*directing*) merupakan proses mengarahkan dan memberikan perintah kerja kepada anggota organisasi agar tugas dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam manajemen kehumasan digital, *directing* berperan penting untuk memastikan setiap anggota tim memahami tugasnya dalam pengelolaan konten, publikasi, maupun interaksi di media digital.

Dengan pemberian instruksi yang jelas dan terarah, pelaksanaan kerja menjadi lebih terkoordinasi serta meminimalkan kesalahan dalam proses komunikasi digital. Oleh karena itu, kemampuan memberikan arahan yang efektif sangat diperlukan untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi secara optimal.¹⁶⁵

Kejelasan pemahaman staf terhadap tanggung jawab harian bertumpu pada ketepatan metode pengarahan. Ketua Tim Humas menjelaskan mekanisme pembagian instruksi teknis kepada para anggotanya:

"Dalam memberikan penjelasan teknis harian (*directing*), tidak digunakan instruksi kaku, melainkan melalui briefing pagi yang santai atau arahan langsung lewat grup *WhatsApp* untuk mengontrol ketepatan penyusunan draf rilis siber."¹⁶⁶

Data wawancara di atas bersesuaian dengan hasil observasi lapangan. Peneliti mengamati secara langsung bahwa pimpinan memberikan penjelasan teknis mengenai tata cara pelaksanaan tugas

¹⁶⁵ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). h. 94–

¹⁶⁶ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

harian secara berkala melalui pembagian tugas dan pengarahan yang gamblang, sehingga setiap personel memahami tanggung jawabnya dengan jelas.

Penggunaan media digital berupa aplikasi instan (*WhatsApp*) sebagai sarana pemberian instruksi teknis (*directing*) terbukti mempercepat ritme kerja Humas. Metode pengarahan ini membuat staf pelaksana mampu memahami detail penugasan secara instan, fleksibel, namun tetap mematuhi koridor akurasi berita institusi.

i. Koordinasi Lapangan (Baru)

Koordinasi lapangan merupakan proses pengaturan dan penyelarasan kegiatan yang dilakukan secara langsung di lapangan agar seluruh aktivitas organisasi berjalan sesuai dengan rencana. Dalam konteks manajemen kehumasan digital, koordinasi lapangan diperlukan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan seperti peliputan, publikasi acara, dan pengumpulan informasi berjalan lancar serta terintegrasi dengan tim digital.

Oleh karena itu, koordinasi lapangan menjadi hal penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan kehumasan secara menyeluruh.¹⁶⁷

Sinkronisasi sudut pandang dokumentasi diatur secara taktis saat operasional di lapangan berlangsung demi menghemat sumber daya oleh Staf Bagian Web Berita memaparkan taktik penyelarasan posisi liputan:

¹⁶⁷ T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2012). h. 195–197

"Sinkronisasi di lapangan diatur secara efisien; jika acaranya besar, dilakukan koordinasi dengan staf editing agar posisi ambil foto berita tidak bertabrakan dengan sudut pandang (*angle*) kamera video miliknya."¹⁶⁸

Ketua Tim Humas mengonfirmasi berjalannya fungsi pengarahan lapangan melalui forum pertemuan teknis sebelum acara dimulai:

"Selaku koordinator, sebelum acara besar dimulai, dipimpin *technical meeting* singkat untuk membagi komando lapangan kepada staf web dan staf editing. Dengan begitu, penggunaan tenaga dan alat menjadi sangat efisien, tidak ada momen penting kampus yang terlewat, dan bahan mentah (berita serta visual) dapat langsung masuk ke meja editing pada hari yang sama."¹⁶⁹

Realisasi aktivitas ini tercatat secara konsisten di dalam data observasi peneliti. Peneliti melihat adanya sinkronisasi antar-anggota tim yang dilakukan secara disiplin di lapangan saat operasional berlangsung (seperti saat liputan acara besar kampus), di mana pimpinan membagi zona tugas liputan agar penggunaan waktu dan tenaga staf tetap efisien.

Proses pelaksanaan koordinasi lapangan di IAIN Curup bertumpu pada manajemen waktu dan efisiensi logistik perorangan. Melalui pelaksanaan *technical meeting* praliwatan dan pembagian zona visual, Humas mampu menghasilkan variasi produk berita dan video yang kaya dalam tenggat waktu yang cepat pada hari pelaksanaan acara yang sama, tanpa membuang tenaga personel secara berlebihan.

¹⁶⁸ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁶⁹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

4. Pengawasan (*Controlling*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

Pengawasan (*controlling*) merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk memastikan seluruh kegiatan organisasi berjalan sesuai dengan rencana, standar, dan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pemanfaatan teknologi digital pada manajemen kehumasan IAIN Curup, pengawasan dilakukan untuk memantau proses produksi, publikasi, serta interaksi informasi di berbagai platform digital agar tetap akurat, efektif, dan sesuai dengan kebijakan lembaga.

Melalui pengawasan yang baik, organisasi dapat mengidentifikasi penyimpangan sejak dini serta melakukan perbaikan secara tepat. Hal ini penting untuk menjaga kualitas informasi, meningkatkan profesionalitas kerja, serta memastikan citra institusi tetap terjaga di ruang publik digital.¹⁷⁰

Fase pengawasan (*controlling*) dalam siklus manajemen POAC di IAIN Curup diposisikan sebagai instrumen penjaminan mutu, akuntabilitas, serta alat evaluasi berkala terhadap efektivitas sebaran informasi dan manajemen reputasi institut di ruang digital. Pengawasan ini dirancang secara sistematis dengan memanfaatkan instrumen data analitik siber guna memantau keterbacaan publik serta mendeteksi potensi krisis komunikasi secara dini.

Artikulasi teoretis, penyajian informasi data, serta konfirmasi observatif mengenai aktivitas pengawasan manajemen hubungan masyarakat

¹⁷⁰ George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). h. 156–158

di lokasi penelitian berdasarkan seluruh sub-indikator dapat dijabarkan secara komprehensif sebagai berikut:

a. Analitik Media Sosial

Evaluasi terhadap performa publikasi siber unit kehumasan dilakukan dengan memanfaatkan instrumen teknologi pelacakan data statistik yang tersedia pada tiap platform. Ketua Tim Humas mengonfirmasi konsistensi pemanfaatan alat ukur digital tersebut:

"Pengukuran berbasis data analitik yang dilakukan oleh staf medsos dan web berjalan secara konsisten. Data analitik tersebut bukan sekadar angka, melainkan rapor kerja operasional. Pengawasan terhadap pengumpulan data ini diawasi secara ketat untuk melihat apakah investasi waktu, tenaga, dan ide kreatif sebanding dengan respons digital yang diberikan oleh masyarakat."¹⁷¹

Langkah evaluasi berbasis data kuantitatif ini didukung penuh oleh hasil pengamatan langsung peneliti di unit Humas. Berdasarkan catatan observasi lapangan, peneliti menemukan bukti bahwa tim Humas secara aktif menggunakan fitur *insight* atau statistik digital sebagai basis data untuk mengevaluasi kinerja, dengan orientasi melihat konten mana yang lebih banyak dilihat publik agar produk informasi ke depan dapat disajikan secara lebih mutakhir (*update*).

Pemanfaatan fitur analitik media sosial di IAIN Curup mencerminkan penerapan sistem evaluasi kontemporer berbasis data (*data-driven evaluation*). Melalui pembacaan grafik keterbacaan siber secara berkala, unit Humas mampu meninggalkan pola evaluasi subjektif

¹⁷¹ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

dan beralih pada indikator empiris yang akurat, sehingga mempermudah proses pemetaan tren minat masyarakat terhadap institusi.

b. Monitoring Reputasi

Monitoring reputasi merupakan proses pemantauan dan evaluasi terhadap citra atau pandangan publik terhadap suatu organisasi yang terbentuk melalui berbagai informasi dan interaksi di media digital maupun non-digital. Dalam manajemen kehumasan, kegiatan ini sangat penting untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap lembaga serta mengidentifikasi isu-isu yang dapat memengaruhi nama baik organisasi.

Monitoring reputasi yang dilakukan secara berkelanjutan, organisasi dapat merespons dengan cepat terhadap potensi krisis, memperbaiki kesalahan komunikasi, serta mempertahankan citra positif di mata publik. Oleh karena itu, monitoring reputasi menjadi bagian penting dalam pengawasan kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁷²

Penjagaan citra positif lembaga di ruang siber dikelola melalui pengawasan ketat terhadap opini dan lalu lintas informasi luar. Ketua Tim Humas menegaskan pentingnya langkah deteksi dini terhadap potensi krisis komunikasi:

"Langkah monitoring reputasi merupakan detektor awal bagi unit Humas. Di era digital, isu sekecil apa pun bisa menjadi viral dalam hitungan menit. Pengawasan melekat terhadap kolom komentar dan pemberitaan luar ini membantu mendeteksi potensi krisis komunikasi

¹⁷² Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2015). h. 79–81

lebih awal, sehingga langkah preventif dapat segera disiapkan sebelum isu tersebut merugikan nama baik institusi."¹⁷³

Realisasi aktivitas pengawasan reputasi ini terkonfirmasi secara valid melalui pengamatan peneliti di lapangan. Berdasarkan data observasi, peneliti mencatat bahwa fungsi memantau komentar atau berita terkait IAIN Curup di ruang digital dikendalikan secara melekat di bawah pengawasan langsung Ketua Tim Humas.

Sistem *monitoring* reputasi di IAIN Curup berfungsi sebagai instrumen pertahanan citra lembaga melalui metode pengawasan siber yang aktif. Dengan menempatkan pimpinan unit sebagai pengawas langsung arus opini publik, institusi memiliki kesiapan taktis untuk menetapkan lokalisasi isu, meredam penyebaran hoaks, serta menjaga stabilitas kepercayaan publik (*public trust*) di ruang siber.

c. Identifikasi Kendala

Identifikasi kendala merupakan proses menemukan, menganalisis, dan memahami berbagai hambatan yang muncul dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Dalam manajemen kehumasan digital, proses ini penting untuk mengetahui permasalahan yang dapat mengganggu efektivitas pengelolaan informasi, seperti kendala teknis, sumber daya manusia, maupun sistem komunikasi yang digunakan.

Dengan adanya identifikasi kendala yang tepat, organisasi dapat segera mengambil langkah perbaikan agar kegiatan kehumasan tetap

¹⁷³ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

berjalan secara optimal. Selain itu, proses ini juga membantu meningkatkan kualitas perencanaan dan pelaksanaan program di masa mendatang.¹⁷⁴

Dalam pelaksanaan fungsi pengawasan, manajemen secara proaktif memetakan berbagai hambatan teknis maupun operasional demi menjaga efisiensi kerja. Ketua Tim Humas mengidentifikasi dua aspek kendala utama di unitnya:

"Dalam fungsi pengawasan, diidentifikasi dua kendala utama. Pertama, kendala teknis berupa fluktuasi jaringan internet lokal dan kapasitas penyimpanan server yang kadang overload saat musim PMB. Kedua, kendala sumber daya di mana dinamika algoritma media sosial berubah sangat cepat, sehingga tim harus terus beradaptasi dengan tren tanpa kehilangan marwah formal kampus."¹⁷⁵

Catatan mengenai kendala ini disinkronkan dengan kebijakan Kepala Biro AUAK yang tindaklanjutnya lewat koordinasi lintas unit:

"Catatan hambatan yang dilaporkan Ketua Tim Humas tersebut selalu ditindaklanjuti. Mengenai kendala teknis infrastruktur seperti server dan jaringan, dilakukan koordinasi dengan Unit TIPD (Teknologi Informasi dan Pangkalan Data) untuk melakukan integrasi dan peningkatan bandwidth. Sedangkan untuk hambatan adaptasi teknologi SDM, disiasati dengan memprogramkan workshop berkala agar tim Humas selalu up-to-date dengan perkembangan teknologi siber terbaru."¹⁷⁶

Data wawancara di atas bersesuaian dengan catatan berdasarkan pengamatan peneliti. Peneliti melihat bahwa tim Humas secara berkala menghadapi hambatan teknis dan keterbatasan sumber daya, di mana

¹⁷⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). h. 241–243

¹⁷⁵ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁷⁶ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

fasilitas komputer serta kamera masih menuntut pembaruan (*update*) secara terus-menerus demi mengejar tuntutan efisiensi kerja lapangan.

Identifikasi kendala yang dilakukan secara terbuka antara Ketua Tim dengan Kepala Biro AUAK membuktikan berjalannya fungsi pengawasan yang solutif. Integrasi penanganan hambatan teknis bersama unit TIPD serta pembinaan kapasitas SDM siber menunjukkan adanya komitmen institusional untuk mewujudkan digitalisasi pelayanan publik yang prima dan berkelanjutan.

d. Penetapan Standar Kinerja (Baru)

Penetapan standar kinerja merupakan proses menentukan ukuran atau indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan pelaksanaan suatu pekerjaan dalam organisasi, publikasi, interaksi digital, serta pengelolaan informasi di berbagai platform media.

Dengan adanya standar kinerja yang jelas, organisasi dapat menilai sejauh mana tujuan telah tercapai serta melakukan perbaikan jika terdapat penyimpangan. Oleh karena itu, penetapan standar kinerja menjadi dasar penting dalam meningkatkan kualitas dan profesionalitas kerja kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁷⁷ Penyusunan tolok ukur kesuksesan dirancang di tingkat awal pengawasan sebagai acuan dasar penilaian objektivitas kerja staf. selaku Staf Bagian *Share and Kontrol* merincikan item-item target dalam kriteria penilaian unitnya:

¹⁷⁷ Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil* (Bandung: Refika Aditama, 2017). h. 132–134

"Di bagian pengawasan, ditetapkan standar kinerja (KPI) yang jelas, seperti target pertumbuhan pengikut per bulan, rata-rata kecepatan merespons pesan (respons rate) di bawah 1 jam, serta nihilnya kesalahan informasi di seluruh platform komunikasi."¹⁷⁸

Ketetapan instrumen penilaian ini terkonfirmasi secara linear melalui data pengamatan peneliti. Peneliti mencatat bukti otentik bahwa unit kehumasan telah memiliki tolok ukur atau kriteria keberhasilan yang baku berbasis data statistik (*insight*), yang diposisikan sebagai acuan utama dalam melakukan penilaian performa kerja tim digital.

Penetapan standar kinerja berbasis metrik digital kuantitatif (*Key Performance Indicators*) mengindikasikan bahwa Humas IAIN Curup telah menerapkan prinsip profesionalisme manajemen yang terukur. Target pertumbuhan pengikut dan batasan waktu respons di bawah satu jam memaksa staf pelaksana untuk bekerja secara disiplin, tangkas, dan berorientasi pada kepuasan pelayanan publik siber.

e. Pengukuran Hasil Kerja (Baru)

Pengukuran hasil kerja merupakan proses penilaian terhadap capaian kinerja yang telah dilaksanakan oleh individu maupun organisasi berdasarkan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam manajemen kehumasan digital, pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan seperti produksi konten, publikasi informasi, serta efektivitas interaksi di media digital.

¹⁷⁸ Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Melalui pengukuran hasil kerja, organisasi dapat memperoleh gambaran objektif mengenai kinerja yang dicapai serta menentukan langkah perbaikan yang diperlukan. Oleh karena itu, pengukuran hasil kerja menjadi bagian penting dalam upaya meningkatkan kualitas pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁷⁹

Proses pengumpulan data capaian aktual dilakukan di setiap akhir periode guna meninjau efektivitas rilis pesan. Staf Bagian Media Sosial memaparkan teknis rekapitulasi data pada akun resmi kampus:

"Proses pengumpulan data aktual dilakukan setiap akhir bulan dengan mengunduh dokumen statistik dari *Meta Business Suite* dan *TikTok Analytics*. Grafik jangkauan (*reach*), jumlah pengikut baru, serta video yang paling banyak ditonton dievaluasi untuk melihat konten apa yang paling diminati oleh publik."¹⁸⁰

Langkah peninjauan capaian riil ini dilakukan sejalan pada aspek situs resmi lembaga oleh Staf Bagian Web Berita dan Media:

"Di bagian website, pengukuran hasil kerja aktual dilakukan menggunakan *Google Analytics*. Setiap bulan direkap data jumlah kunjungan unik (*unique visitors*), durasi baca pengguna, serta artikel berita mana yang paling banyak diakses oleh masyarakat untuk mengukur efektivitas publikasi web."¹⁸¹

Realisasi pengumpulan data capaian riil ini divalidasi melalui hasil pengamatan langsung peneliti. Peneliti mengobservasi adanya proses pengumpulan dokumen capaian aktual secara periodik yang bertumpu pada pengolahan data statistik (*insight*) siber bulanan unit Humas.

¹⁷⁹ Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Erlangga, 2012). h. 231–

¹⁸⁰ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁸¹ Tim Humas, IAIN Curup, 07 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Pengukuran hasil kerja yang dilakukan secara rutin mencerminkan komitmen unit Humas dalam menjaga akuntabilitas kinerja. Melalui pengumpulan data capaian aktual dari *Meta Business Suite* dan *Google Analytics*, manajemen dapat memetakan efektivitas penyebaran pesan, sehingga menghasilkan evaluasi operasional yang valid dan bebas dari rekayasa data.

f. Pembandingan / *Comparison* (Baru)

Pembandingan (*comparison*) merupakan proses membandingkan hasil kinerja yang telah dicapai dengan standar yang telah ditetapkan atau dengan capaian sebelumnya. Dalam manajemen kehumasan digital, pembandingan dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan seperti penyebaran informasi, engagement media sosial, serta kualitas konten yang dihasilkan.

Melalui proses pembandingan, organisasi dapat mengetahui sejauh mana kinerja telah sesuai dengan target serta mengidentifikasi adanya kesenjangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, pembandingan menjadi langkah penting dalam pengawasan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁸²

Inti dari aktivitas pengawasan diwujudkan dengan melakukan komparasi antara perencanaan awal dengan hasil riil di lapangan oleh Staf

¹⁸² Veithzal Rivai Zainal, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). h. 270–272

Bagian Share and Kontrol menjelaskan tugas pokoknya pada fase perbandingan ini:

"Tugas di bagian pengawasan adalah melakukan perbandingan (*comparison*) antara target awal di tahap perencanaan dengan capaian aktual bulan berjalan untuk melihat apakah ada target yang meleset atau belum tercapai secara maksimal."¹⁸³

Prosedur perbandingan berkala tersebut dikonfirmasi secara langsung oleh Ketua Tim Humas selaku pimpinan forum evaluasi internal:

"Dalam rapat evaluasi bulanan, dipimpin tim untuk mengomparasikan rencana kerja dengan hasil riil di lapangan menggunakan indikator capaian yang disebutkan. Jika hasil aktual sesuai atau melebihi target perencanaan, maka dipertahankan. Namun, jika ada aspek yang belum mencapai standar, maka akan dibedah letak masalahnya untuk diperbaiki pada bulan berikutnya."¹⁸⁴

Fakta manajerial ini diperkuat oleh temuan data observasi peneliti. Peneliti melihat adanya aktivitas peninjauan yang konsisten di mana tim Humas melakukan perbandingan hasil kerja nyata di lapangan terhadap target rencana awal yang dikaji secara berkesinambungan melalui forum perbandingan tiap bulan.

Pelaksanaan analisis perbandingan (*comparison*) secara bulanan memastikan siklus manajemen kehumasan berjalan secara dinamis dan tidak mandek. Proses komparasi ini mempermudah unit Humas untuk mendeteksi deviasi atau kesenjangan performa kerja secara dini, sekaligus menjadi landasan ilmiah untuk merancang *continuous improvement* pada program kerja bulan berikutnya.

¹⁸³ Tim Humas, IAIN Curup, 20 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁸⁴ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

g. Tindakan Korektif (Baru)

Tindakan korektif merupakan langkah perbaikan yang dilakukan untuk mengatasi penyimpangan atau ketidaksesuaian antara hasil kerja dengan standar yang telah ditetapkan. Dalam manajemen kehumasan digital, tindakan ini diperlukan ketika ditemukan kesalahan dalam proses produksi konten, publikasi informasi, atau pengelolaan interaksi di media digital.

Melalui tindakan korektif yang tepat dan cepat, organisasi dapat memperbaiki kinerja, mencegah terulangnya kesalahan, serta menjaga kualitas informasi yang disampaikan kepada publik. Oleh karena itu, tindakan korektif menjadi bagian penting dalam menjaga efektivitas pengawasan di era digital.¹⁸⁵

Apabila dalam proses pembandingan ditemukan adanya ketidaksesuaian standar atau kesalahan cetak, eksekusi perbaikan segera dijalankan secara responsive selaku Staf Bagian *Editing* menjabarkan tindakan taktis pembenahan visual:

"Apabila dalam proses pengawasan oleh Ketua Tim atau staf kontrol ditemukan penyimpangan misalnya penggunaan logo yang salah, informasi tanggal pengumuman yang keliru, atau kualitas visual yang kurang tajam tindakan korektif yang segera dilakukan selaku editor adalah menarik kembali draf tersebut (*take down*) dan langsung merevisinya sesuai standar estetika dan keabsahan yang benar."¹⁸⁶

Langkah pemulihan data informasi dari sudut pandang regulasi administrasi birokrasi diuraikan Staf Surat Menyurat dan Protokoler:

¹⁸⁵ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). h. 140–

¹⁸⁶Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

"Dari sudut administrasi, jika ada rilis konten yang ternyata tidak sesuai dengan keputusan formal pimpinan, segera dilakukan koordinasi dengan Ketua Tim untuk menerbitkan nota pembatalan atau rilis klarifikasi resmi demi mengembalikan jalurnya informasi ke koridor hukum yang sah."¹⁸⁷

Ketua Tim Humas menegaskan bahwa penegakan tindakan korektif di unitnya mengutamakan prinsip intervensi cepat:

"Tindakan korektif di unit Humas berjalan di bawah aturan intervensi cepat. Apa yang dilakukan oleh staf editor dan staf administrasi adalah bukti kepatuhan terhadap standar operasional. Selaku Ketua Tim, tidak ditolerir adanya penyimpangan publikasi yang berpotensi membingungkan publik. Begitu fungsi pengawasan menemukan ketidaksesuaian, detik itu juga dieksekusi perbaikannya agar aktivitas digital Humas kembali ke jalur yang benar (*on the track*)."¹⁸⁸

Data faktual ini didukung secara kuat oleh catatan observasi lapangan. Peneliti mengamati bahwa jika ditemukan penyimpangan atau konten publikasi digital yang tidak sesuai standar formal, tim Humas segera mengambil langkah perbaikan taktis guna mengembalikan arah aktivitas komunikasi ke jalur yang benar.

Penerapan tindakan korektif yang berbasis aturan intervensi cepat merupakan bentuk implementasi nyata dari komitmen menjaga marwah lembaga. Penarikan draf bermasalah (*take-down*) dan penerbitan rilis klarifikasi resmi membuktikan adanya kepatuhan total tim kehumasan terhadap prinsip kejujuran informasi (*qawlan sadīdan*), sehingga meniadakan potensi kesalahpahaman data di kalangan masyarakat luas.

¹⁸⁷Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

¹⁸⁸ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

h. Pelaporan / *Reporting* (Baru)

Pelaporan (*reporting*) merupakan proses penyampaian informasi mengenai hasil pelaksanaan kegiatan kepada pihak yang berwenang dalam organisasi. Dalam manajemen kehumasan digital, pelaporan dilakukan untuk mendokumentasikan seluruh aktivitas seperti produksi konten, publikasi, interaksi digital, hingga hasil evaluasi kinerja yang telah dicapai.

Melalui pelaporan yang baik dan sistematis, organisasi dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai kinerja yang telah dilakukan serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan selanjutnya. Oleh karena itu, pelaporan menjadi bagian penting dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.¹⁸⁹

Rangkaian akhir dari fungsi pengawasan ditutup dengan penyusunan dokumen akuntabilitas resmi sebagai bahan masukan bagi pengambil kebijakan tertinggi institusi. Ketua Tim Humas menjelaskan prosedur penyajian data tersebut:

"Prosedur penyajian data hasil pengawasan dilakukan secara berkala melalui laporan akuntabilitas kinerja humas bulanan dan tahunan. Data analitik, grafik pertumbuhan media, monitoring isu, hingga rekapitulasi kendala lapangan diformulasikan ke dalam dokumen resmi, lalu dipresentasikan langsung di hadapan Kepala Biro AUAK untuk dievaluasi bersama."¹⁹⁰

¹⁸⁹ T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2012). h. 370–372

¹⁹⁰ Ketua Tim Humas, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

Kepala Biro AUAK membenarkan keberadaan mekanisme pelaporan formal tersebut serta menegaskan fungsinya sebagai basis data rektorat dalam mengambil keputusan makro:

"Pimpinan mengonfirmasi adanya mekanisme pelaporan berkala tersebut. Setiap bulan, Ketua Tim Humas menyerahkan resume eksekutif mengenai capaian digital Humas kepada Kepala Biro. Laporan ini sangat krusial bagi pihak rektorat; pimpinan menjadikannya sebagai basis data ilmiah dalam mengambil keputusan strategis institusi ke depan, seperti menentukan arah kebijakan anggaran DIPA tahun berikutnya, penambahan fasilitas, maupun restrukturisasi kebijakan publikasi kampus."¹⁹¹

Secara faktual, ketetapan prosedur ini terkonfirmasi lewat pengamatan lapangan peneliti. Peneliti mencatat adanya prosedur penyajian data hasil pengawasan secara periodik dan terstruktur yang diserahkan secara tertib kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan strategis.

Prosedur pelaporan (*reporting*) berkala kepada Kepala Biro AUAK menjamin ditergakkannya asas akuntabilitas birokrasi dan transparansi manajerial Islam. Dengan mentransformasikan data analitik digital menjadi dokumen resume eksekutif resmi, unit Humas berhasil menyediakan basis data ilmiah (*evidence-based policy*) bagi pihak rektorat, sehingga pengambilan kebijakan strategis kampus ke depan dapat diputuskan secara akurat dan tepat sasaran.

¹⁹¹ Kepala Biro AUAK, IAIN Curup, 06 April 2026. Izin kutipan telah diberikan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perencanaan (*Planning*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

a. Strategi Komunikasi Digital

Strategi komunikasi digital merupakan perencanaan terpadu yang digunakan untuk menyampaikan pesan organisasi melalui berbagai media berbasis teknologi, seperti media sosial, *website*, dan platform digital lainnya. Dalam konteks kehumasan, strategi ini bertujuan agar informasi dapat tersampaikan secara efektif, tepat sasaran, serta mampu membangun citra positif lembaga di mata publik.

Melalui strategi komunikasi digital yang tepat, organisasi dapat meningkatkan interaksi dengan masyarakat, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat hubungan antara lembaga dan publik. Oleh karena itu, penyusunan strategi komunikasi digital harus dilakukan secara terarah, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens.¹⁹²

Perumusan langkah strategis publikasi institusi pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori manajemen kehumasan dari Cutlip, Center, dan Broom yang menegaskan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.¹⁹³

¹⁹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017). h. 59–61

¹⁹³ Scott M. Cutlip et al., “Public Relations,” *Theory and Practice [Publik Rilejshenz. Teorija i Praktika]*. Moscow: Vil’jams, 2003. h. 7

Melalui pola penyusunan langkah strategis publikasi tidak lagi ditempatkan sebagai aktivitas penyiaran yang bersifat taktis semata, melainkan dirancang secara konseptual melalui klasterisasi instrumen publikasi digital menjadi *core media* (website resmi) dan *engagement media* (media sosial resmi).¹⁹⁴ Proses intelektual ini diatur secara berjenjang guna memastikan bahwa seluruh gerak sirkulasi pesan kampus memiliki keteraturan serta tidak melenceng dari agenda kegiatan tahunan lembaga.

Pola penataan kebijakan besar ini sejalan dengan kerangka berpikir *Excellence Theory* dari Grunig dan Hunt yang mengemukakan bahwa praktik kehumasan yang efektif wajib melibatkan diri dalam sistem pengambilan keputusan strategis lembaga.¹⁹⁵ Ketika Kepala Biro AUAK menetapkan payung hukum berupa pemusatan pintu publikasi siber terpadu satu pintu melalui unit kehumasan, hal tersebut membuktikan bahwa Humas diposisikan sebagai fungsi manajerial yang mengendalikan narasi secara sentral. Melalui penunggalan pintu publikasi ini, model komunikasi dua arah simetris (*two-way symmetrical communication*) yang menekankan dialog dan keterbacaan dapat diwadahi secara aman tanpa menimbulkan tumpang tindih penyajian data antar-divisi internal kampus.

¹⁹⁴ Michael L. Kent and Maureen Taylor, "Toward a Dialogic Theory of Public Relations," *Public Relations Review* 28, no. 1 (2002): 21–37. h. xx

¹⁹⁵ James E. Grunig and Larissa A. Grunig, "Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future," in *Public Relations Research*, ed. Ansgar Zerfass et al. (VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008), https://doi.org/10.1007/978-3-531-90918-9_22. h. 330

Dalam konteks perbandingan dengan studi relevan, haluan strategi di IAIN Curup memiliki relevansi sekaligus perbedaan dengan temuan penelitian terdahulu dari Santy Handayani.¹⁹⁶ Penelitian dari Santy Handayani mengenai media relations di Pemkot Medan memperlihatkan bahwa penyajian konten yang konsisten berkontribusi signifikan terhadap peningkatan persepsi positif publik. Persamaan keduanya terletak pada posisi lembaga yang sama-sama bergerak di bawah naungan struktur birokrasi pemerintahan. Namun, pembeda utamanya adalah bahwa perencanaan di IAIN Curup secara formal memberlakukan sistem klusterisasi dan penunggalan rilis berita secara ketat guna menyaring muatan akademik, sementara Pemerintah Kota Medan lebih berfokus pada keluwesan hubungan eksternal bersama jurnalis media massa luar.

Realisasi penyusunan haluan taktis ini divalidasi secara kuat melalui data pengamatan langsung peneliti di lokasi penelitian. Berdasarkan instrumen catatan observasi lapangan, peneliti menemukan bukti otentik bahwa IAIN Curup secara aktif menyusun langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk publikasi informasi. Keberadaan pemetaan saluran komunikasi digital serta penerapan kebijakan pengendalian narasi satu pintu ini terlihat berjalan secara nyata, disiplin, dan teratur di ruang kerja Humas.

¹⁹⁶ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPO]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

Berdasarkan jalinan teori, komparasi penelitian, dan temuan data observasi di atas, dapat dianalisis bahwa perencanaan strategi komunikasi digital di IAIN Curup telah berhasil mentransformasikan unit Humas menjadi poros kendali narasi institusi yang kokoh. Kebijakan klasterisasi media yang didukung payung hukum formal dari Kepala Biro AUAK terbukti efektif memitigasi risiko kesimpangsiuran data akademik di ruang publik, serta menjamin bahwa pemanfaatan teknologi digital diarahkan secara terpusat demi mempertahankan legitimasi sosial lembaga.

b. Perencanaan Konten

Perencanaan konten merupakan proses penyusunan ide, jadwal, serta bentuk materi informasi yang akan disampaikan melalui media digital. Dalam kehumasan, perencanaan konten bertujuan agar pesan yang disampaikan kepada publik lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan audiens serta tujuan organisasi.

Dengan perencanaan konten yang baik, organisasi dapat mengatur alur publikasi secara sistematis, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta menjaga kualitas informasi yang disebarkan. Oleh karena itu, perencanaan konten menjadi langkah penting dalam mendukung keberhasilan strategi komunikasi digital.¹⁹⁷

Perumusan tema visual serta penyusunan jadwal penayangan produk informasi pada unit kreatif Humas IAIN Curup merefleksikan teori manajemen dari George R. Terry yang menyatakan bahwa indikator

¹⁹⁷ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi Offset, 2015). h. 224–226

perencanaan yang sistematis harus mampu menjawab metode, prosedur, dan strategi kerja yang akan digunakan (*how*).¹⁹⁸ Pada tingkat operasional tim kreatif, proses penentuan tema visual dilakukan melalui forum diskusi (*brainstorming*) mingguan untuk menerjemahkan isu-isu utama kampus menjadi pilar konten (*content pillars*) serta papan konsep (*mood board*) grafis yang konsisten. Langkah ini diambil secara proaktif agar karakter visual kampus tetap terjaga keseragamannya dan memiliki daya pikat estetis yang tinggi di mata publik siber.

Tahapan perumusan konsep visual tersebut dipadukan secara fungsional bersama perencanaan editorial media sosial melalui konsep *Strategic Communication Management* dari Zerfass, Verčič, dan Wiesenberg yang menekankan bahwa perencanaan kehumasan harus dirancang melalui proses manajerial yang terukur.¹⁹⁹ Pihak pengelola media sosial memanfaatkan *Content Calendar* bulanan yang membagi konten secara terstruktur menjadi kategori informatif, edukatif, dan interaktif, untuk kemudian dijadwalkan tayang pada waktu premium (*golden hours*). Rangkaian perencanaan konten operasional ini divalidasi secara ketat oleh Ketua Tim Humas guna memastikan aspek kesiapan teknis tayang serta ketepatan waktu unggah agar produk komunikasi tetap berada dalam koridor kebijakan kampus.

¹⁹⁸ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 17

¹⁹⁹ Ansgar Zerfass et al., "Managing CEO Communication and Positioning: A Cross-National Study among Corporate Communication Leaders," *Journal of Communication Management* 20, no. 1 (2016): 37–55. h. 39

Jika dihadapkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka posisi ilmiah dari manajemen konten ini dapat dipetakan secara jelas melalui penelitian dari Lieyani, Natalia, & Setiyadi.²⁰⁰ Penelitian dari Lieyani, Natalia, & Setiyadi menyimpulkan bahwa media sosial di lembaga pendidikan efektif untuk membangun kedekatan emosional, memperkuat nilai lembaga, dan menciptakan reputasi positif melalui komunikasi dua arah. Persamaannya adalah adanya kesadaran teoretis bahwa media sosial harus dikelola secara terstruktur guna memikat segmen audiens. Namun, celah pembeda (*research gap*) yang berhasil diisi oleh penelitian lapangan di IAIN Curup adalah pembuktian empiris mengenai eksistensi *content calendar* bulanan dan penjadwalan konten pada waktu premium, yang tidak dibahas secara mendalam dalam studi kepustakaan tersebut.

Validitas aktivitas manajerial ini diperkuat oleh pengamatan langsung peneliti di unit Humas. Melalui pengamatan lapangan, peneliti mengonfirmasi adanya proses penentuan tema yang aktif dan penyusunan jadwal konten secara berkala untuk website serta media sosial resmi institut yang dipatuhi secara tertib oleh seluruh staf kreatif.

Proses perencanaan konten di IAIN Curup mencerminkan adanya integrasi fungsi manajemen yang matang di tingkat operasional. Pemanfaatan *content calendar*, *mood board*, dan pilar konten

²⁰⁰ Yanezra Lieyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 696

membuktikan bahwa penyebaran informasi institusi dikelola secara proaktif dan terjadwal, bukan bersifat sporadis, sehingga konsistensi *brand image* kampus di ruang digital dapat dipertahankan secara profesional.

c. Penetapan Target Audiens

Penetapan target audiens merupakan proses mengidentifikasi dan menentukan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran utama dalam penyampaian pesan komunikasi. Dalam kehumasan digital, langkah ini penting agar informasi yang disampaikan dapat lebih tepat sasaran, relevan, dan mudah dipahami oleh pihak yang dituju.

Dengan penetapan target audiens yang jelas, organisasi dapat menyusun pesan yang sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, dan preferensi publik. Hal ini akan meningkatkan efektivitas komunikasi serta memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat.²⁰¹

Pemanfaatan teknologi digital oleh Humas IAIN Curup merefleksikan pendekatan *data-driven communication* menurut Zerfass, yang menekankan bahwa keputusan komunikasi harus berbasis data yang akurat dan analisis yang terukur.²⁰² Staf Bagian Media Sosial memanfaatkan fitur *Insights* (analitik) digital untuk memetakan audiens berada di rentang usia 17–24 tahun di wilayah Bengkulu dan sekitarnya. Penemuan data demografis usia produktif ini dibidik secara khusus karena merupakan pangsa pasar utama bagi calon mahasiswa baru, sehingga

²⁰¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017). h. 32–34

²⁰² Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 92

Humas mengambil langkah penyesuaian gaya bahasa komunikasi menjadi lebih kasual namun tetap sopan.

Selaras dengan pemetaan media sosial, pengelolaan website menggunakan instrumen *Google Analytics* dan *Search Console* untuk memetakan perilaku pencarian informasi oleh masyarakat. Penggunaan alat analisis ini sejalan dengan teori *Digital Public Relations* dari Breakenridge yang menjelaskan bahwa era digital menuntut pendekatan komunikasi yang lebih interaktif, adaptif, dan berbasis pada keterlibatan publik.²⁰³ Melalui alat analitik ini, unit Humas dapat mendeteksi kata kunci yang paling banyak dicari oleh publik, seperti informasi mengenai akreditasi dan biaya UKT untuk dijadikan rujukan utama dalam rapat perencanaan bulanan oleh Ketua Tim Humas.

Apabila temuan data operasional ini dibandingkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka posisi ilmiahnya memiliki titik temu dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, & Wulandari. Penelitian dari Qurniawati, Mardani, & Wulandari menganalisis penggunaan model SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) dalam praktik digital PR Universitas Islam Riau yang menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial berbasis analitik merupakan faktor penting dalam mempertahankan reputasi.²⁰⁴ Terdapat persamaan yang sangat linier, di mana kedua kampus Islam ini sama-sama menggunakan data statistik dashboard digital

²⁰³ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

²⁰⁴ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

(*Insights*) untuk membaca perilaku khalayak. Perbedaannya terletak pada model aplikatif; UIR menerapkan model sirkular SOME secara teoritis, sedangkan Humas IAIN Curup menyerap data analitik tersebut ke dalam fungsi *planning* yang dikonversikan menjadi target kuantitatif Indikator Kinerja Utama formal institusi.

Realisasi perencanaan berbasis audiens ini divalidasi oleh data observasi peneliti di lapangan. Peneliti melihat secara langsung bahwa teknologi digital benar-benar digunakan secara optimal oleh tim Humas untuk memetakan calon mahasiswa atau publik yang disasar secara berkala.

Penentuan khalayak sasaran oleh Humas IAIN Curup telah menerapkan prinsip *data-driven communication* yang objektif. Melalui pemanfaatan data analitik siber, institusi berhasil melakukan reorientasi gaya bahasa dan fokus informasi, yang mengubah pola penyiaran kaku menjadi bentuk pelayanan informasi publik digital yang interaktif dan segmentatif.

d. Indikator Keberhasilan

Perumusan standar capaian komunikasi pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori evaluasi berbasis indikator kinerja (*KPI-Based Evaluation*) dari Parmentier dan Fischer yang menyatakan bahwa keberhasilan kehumasan harus dapat dibuktikan secara empiris melalui

indikator kinerja utama yang selaras dengan tujuan strategis organisasi.²⁰⁵

Unit Humas merumuskan kriteria sukses pengelolaan website yang diukur dari stabilitas kunjungan unik harian yang minimal mencapai 500 hingga 1.000 klik, kecepatan indeks SEO (*Search Engine Optimization*) di Google, serta rendahnya persentase rasio pentalan (*bounce rate*). Kriteria sukses ini diposisikan sebagai parameter kuantitatif utama bahwa situs resmi kampus berfungsi secara aktif.

Ketetapan parameter kuantitatif tersebut dipadukan dengan teori *Social Media Engagement* dari Men dan Tsai yang menegaskan bahwa tingkat keterlibatan audiens dapat diukur melalui metrik interaksi siber yang valid.²⁰⁶ Staf pengawas konten merinci indikator sukses dari aspek sirkulasi konten yang ditandai oleh tingginya angka jangkauan (*reach*) dan tingkat keterikatan (*engagement rate*), serta minimnya sentimen negatif di kolom komentar. Seluruh parameter teknis tersebut dikonfirmasi oleh Ketua Tim Humas sebagai komponen utama dalam penyusunan Indikator Kinerja Utama (IKU) unit Humas untuk dilaporkan berkala kepada Kepala Biro AUAK dan Rektor.

Jika dikomparasikan dengan khazanah penelitian relevan terdahulu, pola penentuan indikator keberhasilan ini memiliki hubungan

²⁰⁵ Marie-Agnès Parmentier and Eileen Fischer, "Working It: Managing Professional Brands in Prestigious Posts," *Journal of Marketing* 85, no. 2 (2021): 110–28, <https://doi.org/10.1177/0022242920953818>. h. 113

²⁰⁶ Linjuan Rita Men and Wan-Hsiu Sunny Tsai, "Public Engagement with CEOs on Social Media: Motivations and Relational Outcomes," *Public Relations Review* 42, no. 5 (2016): 932–42. h. 934

erat dengan beberapa hasil studi dari Patrianti.²⁰⁷ Penelitian dari Patrianti di Universitas Muhammadiyah Jakarta mengonfirmasi bahwa kegiatan humas berperan besar dalam membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang konsisten, manajemen konten, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Kesamaan yang ditemukan adalah fokus sasaran perencanaan yang berorientasi pada pembangunan kepercayaan masyarakat (*public trust*). Pembedanya terletak pada karakteristik sasaran Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai perguruan tinggi swasta menitik beratkan indikatornya pada fleksibilitas hubungan eksternal, sedangkan IAIN Curup mengunci indikator keberhasilan pada akuntabilitas data keterbacaan publik yang rigid.

Secara faktual, ketetapan kriteria ini terkonfirmasi lewat pengamatan lapangan. Peneliti mencatat adanya standar digital khusus (seperti jumlah pengunjung web dan grafik interaksi) yang telah ditetapkan oleh manajemen sebagai ukuran sukses capaian performa komunikasi.

Perumusan kriteria sukses menggunakan metrik digital spesifik menunjukkan bahwa Humas IAIN Curup menerapkan akuntabilitas manajemen kehumasan kontemporer. Evaluasi tidak lagi berbasis pada perkiraan asumsi, melainkan pada angka keterbacaan publik yang valid, sehingga efisiensi dan dampak dari tiap produk publikasi dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

²⁰⁷ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 35

e. Penetapan Visi dan Misi (Baru)

Penetapan visi dan misi merupakan langkah awal yang sangat penting dalam suatu organisasi karena menjadi dasar arah dan tujuan yang ingin dicapai. Visi menggambarkan cita-cita atau kondisi ideal yang ingin diwujudkan di masa depan, sedangkan misi menjelaskan langkah-langkah utama yang dilakukan untuk mencapai visi tersebut. Dalam konteks kehumasan digital, visi dan misi menjadi pedoman dalam menyusun strategi komunikasi agar lebih terarah dan konsisten.

Dengan adanya visi dan misi yang jelas, seluruh aktivitas komunikasi digital dapat berjalan lebih fokus dan memiliki tujuan yang terukur. Hal ini juga membantu meningkatkan efektivitas kerja serta memperkuat identitas dan citra organisasi di mata publik.²⁰⁸

Visi besar IAIN Curup untuk menjadi perguruan tinggi Islam yang unggul dan kompetitif diposisikan sebagai pedoman mutlak dalam penyusunan kebijakan komunikasi digital. Karakter Islami diimplementasikan melalui proses penyaringan konten yang ketat demi mendukung moderasi beragama, sedangkan aspek keunggulan diwujudkan lewat pengemasan konten publikasi secara modern. Penyelarasan ini merefleksikan teori *Reputation Management* dari Fombrun yang menyatakan bahwa reputasi merupakan representasi

²⁰⁸ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014). h. 23–25

kolektif dari persepsi publik terhadap kredibilitas, kinerja, dan integritas nilai-nilai dasar organisasi.²⁰⁹

Kebijakan penetapan haluan ini diperkuat oleh prinsip kepemimpinan yang visioner menurut OECD, yang menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital di institusi pendidikan memerlukan sinergi antara kebijakan, kapasitas, dan komitmen manajerial pimpinan tertinggi.²¹⁰ Kepala Biro AUAK mengawal secara ketat implementasi nilai visi-misi tersebut agar tidak sekadar menjadi slogan. Pihak pimpinan menegaskan bahwa visi-misi institut merupakan arah kebijakan digital yang dikawal langsung, di mana setiap alokasi anggaran dan setiap konten yang diproduksi wajib merepresentasikan marwah IAIN Curup sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam yang kompetitif di tingkat nasional.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, karakteristik penegasan visi-misi di IAIN Curup memiliki titik temu sekaligus pembeda dengan penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, & Syamsiani.²¹¹ Penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, & Syamsiani mengkaji strategi humas IAIN Kudus dalam mengelola citra kampus sebagai perguruan tinggi Islam terapan di era digital melalui penerapan digital branding untuk memperkuat identitas lembaga. Persamaannya adalah kedua instansi menggunakan identitas keagamaan Islam sebagai landasan utama arah kebijakan komunikasi

²⁰⁹ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 10

²¹⁰ IAIN Curup, Hasil Observasi Awal. Desember 2025.

²¹¹ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 192

digital. Pembedanya terletak pada ketegasan instrumen kontrol IAIN Curup merekatkan visi-misi tersebut ke dalam bentuk komitmen penganggaran makro yang dikawal langsung oleh rektorat, sementara IAIN Kudus lebih dominan mengulas pada aspek hilir publikasi kegiatan tridharma.

Hal ini diperkuat secara linear melalui catatan observasi lapangan. Peneliti mengamati bahwa visi dan misi besar IAIN Curup secara nyata diimplementasikan menjadi landasan utama dalam menentukan arah kebijakan komunikasi digital, di mana muatan narasi media selalu mengejar perubahan zaman tanpa menanggalkan nilai moderasi Islam.

Penyelarasan visi-misi ke dalam kebijakan siber membuktikan berjalannya asas *strategic alignment* dalam manajemen kehumasan Islam. Humas bertindak sebagai pengawal reputasi teologis institut, memastikan bahwa penetapan pesan digital berakar pada komitmen moral keagamaan dan daya saing institusional di kancah nasional.

f. Perumusan Sasaran (*Objectives*) (Baru)

Target capaian kehumasan dirancang secara linier guna mendukung ketercapaian target institusional. Penetapan sasaran hasil yang ingin dicapai melalui pemanfaatan media digital dirancang secara berjangka, di mana sasaran jangka pendek difokuskan untuk menyelesaikan ketercapaian kuota pendaftar pada penerimaan mahasiswa baru (PMB), sedangkan sasaran jangka panjang berfokus pada penguatan *digital branding* serta peningkatan kepercayaan publik (*public trust*)

terhadap institusi. Penentuan sasaran ini merefleksikan teori manajemen kehumasan dari Ronald Smith dan Deborah Silverman yang menyatakan bahwa perumusan sasaran program harus mencakup identifikasi khalayak penentu serta menetapkan hasil-hasil spesifik yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu.²¹²

Pola perumusan sasaran hasil ini diperkuat oleh konsep *Strategic Alignment* dari Zerfass, yang menegaskan bahwa komunikasi organisasi tidak boleh berdiri sendiri sebagai aktivitas pendukung, melainkan harus menyatu dengan strategi besar dan kebutuhan bisnis utama perguruan tinggi.²¹³ Kepala Biro AUAK menyinkronkan target taktis tersebut ke dalam target capaian kinerja di tingkat biro, sehingga performa penyiaran informasi digital berkorelasi linear dengan peningkatan minat masyarakat bersekolah di kampus ini. Penentuan sasaran yang rigid ini meminimalkan komunikasi yang bersifat reaktif dan mendorong terwujudnya komunikasi publik yang proaktif serta terencana.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik perumusan sasaran di IAIN Curup memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan penelitian dari Santy Handayani. Penelitian dari Santy Handayani merumuskan sasaran program media relations untuk mengomunikasikan kebijakan pelayanan publik daerah Pemerintah Kota

²¹² Deborah A. Silverman and Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relations* (Routledge, 2024), <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003348467/strategic-planning-public-relations-ronald-smith-deborah-silverman>. h. 74

²¹³ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 18-22

Medan.²¹⁴ Persamaannya adalah fokus sasaran akhir yang ditujukan untuk membangun citra positif lembaga publik. Namun perbedaannya sangat kontras; Humas Pemkot Medan merumuskan sasaran informasi publik umum, sedangkan Humas IAIN Curup mendesain sasaran perencanaan yang bersentuhan langsung dengan siklus bisnis akademik pendidikan tinggi, khususnya target kuantitatif PMB tahunan.

Data pengamatan lapangan memperkuat temuan ini. Peneliti menemukan hasil pengamatan empiris bahwa pencapaian hasil spesifik dalam periode tertentu diwujudkan melalui sebaran publikasi penerimaan mahasiswa baru di multiplatform daring yang aktif, meliputi media *Facebook, Instagram, TikTok, YouTube*, hingga situs web resmi.

Perumusan sasaran hasil kehumasan di IAIN Curup dirancang secara terintegrasi dengan kebutuhan keberlanjutan institusi. Dengan menitikberatkan sasaran jangka pendek pada kesuksesan kuota PMB melalui publikasi multiplatform, perencanaan komunikasi digital tidak berdiri sendiri melainkan berfungsi sebagai motor penggerak stabilitas ketercapaian target kuantitatif lembaga.

g. Penyusunan Strategi (Baru)

Penyusunan strategi merupakan proses merancang langkah-langkah terarah untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam konteks kehumasan digital, strategi disusun dengan

²¹⁴ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPO]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

memanfaatkan berbagai media dan teknologi komunikasi agar pesan dapat tersampaikan secara tepat kepada publik serta mampu membangun citra positif lembaga.

Melalui penyusunan strategi yang baik, organisasi dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, menghadapi tantangan komunikasi, serta meningkatkan kualitas penyebaran informasi. Oleh karena itu, strategi yang disusun harus bersifat adaptif, terukur, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital.²¹⁵

Kebijakan besar yang diambil oleh pimpinan untuk memastikan teknologi digital memberikan kontribusi maksimal berfokus pada regulasi satu pintu. Strategi penyusunan haluan komunikasi difokuskan pada kebijakan penunggalan pintu rilis berita melalui unit kehumasan untuk mengendalikan arus narasi, mengantisipasi timbulnya simpang siur data akademik, serta mengoptimalkan fungsi koordinasi lintas sektoral di lingkungan kampus secara digital. Langkah strategis ini mencerminkan apa yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller bahwa pembentukan citra yang kuat harus lahir dari strategi komunikasi yang konsisten, terencana, dan bersumber dari saluran resmi organisasi.²¹⁶

Kebijakan penunggalan pintu publikasi ini diperkuat oleh teori *Systematic Planning* dari Zerfass.²¹⁷ yang menekankan bahwa

²¹⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 201–203

²¹⁶ Philip Kotler, *A Framework for Marketing Management* (Pearson Education India, 2004). h. 168

²¹⁷ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 25

perencanaan kehumasan yang sistematis harus mampu merancang proses manajerial yang terukur melalui identifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder mapping*) dan penyusunan pesan kunci (*key messaging*) yang terpusat. Kepala Biro AUAK mengeluarkan kebijakan formal bahwa seluruh unit, fakultas, dan lembaga wajib menyatukan pintu publikasi melalui Humas institusi. Langkah ini diambil pimpinan untuk memastikan bahwa pemanfaatan teknologi digital benar-benar terorganisir di bawah kendali mutu yang jelas, aman secara birokrasi, serta mampu mencapai target publisitas organisasi secara efisien.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, karakteristik penyusunan strategi di IAIN Curup memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, & Wulandari.²¹⁸ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, & Wulandari mengkaji digital PR Universitas Islam Riau yang berfokus pada keluwesan distribusi pesan menggunakan model SOME di media sosial. Persamaannya adalah penekanan pada urgensi pemanfaatan media digital. Pembedanya sangat fundamental UIR menyerahkan kreativitas penyusunan konten secara desentralisasi pada unit-unit, sedangkan Humas IAIN Curup menerapkan strategi sentralisasi satu pintu publikasi guna mengunci validitas data siber institusi.

Realisasi strategi makro ini tercermin dalam temuan observasi peneliti. Peneliti mengamati bahwa pimpinan mengambil kebijakan besar

²¹⁸ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

untuk memastikan tercapainya target dengan menyusun alur rilis terpusat serta melengkapi alat-alat teknologi siber yang dibutuhkan oleh tim pelaksana lapangan.

Penyusunan strategi satu pintu komunikasi digital didesain sebagai langkah preventif dalam menjaga nama baik institusi. Kebijakan ini memosisikan unit Humas sebagai pemegang kendali tunggal arus narasi digital, sehingga meminimalkan potensi kesalahan informasi siber dari pihak internal fakultas.

h. Penganggaran (*Budgeting*) (Baru)

Penganggaran (*budgeting*) merupakan proses penyusunan rencana keuangan yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan program dan kegiatan organisasi dalam periode tertentu. Dalam konteks kehumasan digital, penganggaran diperlukan untuk mengatur alokasi dana pada kegiatan seperti produksi konten, pengelolaan media sosial, pengembangan sistem digital, serta promosi informasi.

Dengan adanya penganggaran yang tepat, organisasi dapat memastikan penggunaan sumber daya keuangan berjalan secara efektif, efisien, dan terkontrol. Selain itu, penganggaran juga membantu dalam mengevaluasi kesesuaian antara rencana kerja dan realisasi di lapangan.²¹⁹

Dukungan aspek finansial dan material dialokasikan secara terencana guna menunjang kelancaran program kehumasan di setiap

²¹⁹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Edisi Revisi (Jakarta: Salemba Empat, 2013).
h. 15–17

tahapan digital. Usulan anggaran diajukan secara berjenjang oleh unit Humas guna mendanai belanja modal infrastruktur siber dan belanja operasional liputan. Pemenuhan aspek ini merefleksikan prinsip dasar perencanaan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa fungsi penganggaran (*budgeting*) merupakan indikator fundamental untuk mengalokasikan sumber daya finansial serta material yang dibutuhkan dalam setiap tahapan kegiatan organisasi.²²⁰

Pola penganggaran terpadu ini diperkuat oleh konsep *Digital Maturity* dari Kane, yang menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak cukup digerakkan oleh adopsi teknologi semata, melainkan oleh kesiapan strategi dan komitmen pimpinan dalam menyediakan alokasi sumber daya finansial secara menyeluruh.²²¹ Kepala Biro AUAK menguatkan unit Humas melalui kompensasi anggaran di dokumen DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran). Dialokasikan anggaran khusus untuk infrastruktur digital, mulai dari peningkatan server web, pengadaan alat produksi editing yang memadai berspesifikasi standar industri kreatif, hingga biaya peningkatan kapasitas SDM Humas.

Jika dikomparasikan dengan khazanah penelitian relevan terdahulu, skema penganggaran di IAIN Curup memiliki titik pembeda yang jelas dengan penelitian dari Tria Patrianti (2020).²²² Penelitian dari

²²⁰ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²²¹ David Rader, "Digital Maturity—the New Competitive Goal," *Strategy & Leadership* 47, no. 5 (2019): 28–35. h. 30

²²² Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

Tria Patrianti (2020) di Universitas Muhammadiyah Jakarta menguraikan pentingnya manajemen hubungan dengan pemangku kepentingan dalam menjaga reputasi kampus swasta. Persamaannya adalah adanya kesadaran teoretis mengenai pentingnya dukungan fasilitas kerja kehumasan. Namun pembeda utamanya terletak pada karakteristik sosiologis anggaran, UMI sebagai swasta menyusun anggaran berbasis keluwesan dana yayasan, sedangkan IAIN Curup sebagai PTKIN terikat oleh akuntabilitas anggaran negara yang tertuang resmi di dalam DIPA Kementerian Agama.

Fakta dukungan finansial ini terkonfirmasi secara legal melalui pengamatan lapangan. Peneliti mencatat bukti otentik dalam lembar observasi bahwa seluruh alokasi sumber daya finansial (anggaran) dan pemenuhan material kehumasan telah resmi masuk dan disediakan di dalam dokumen DIPA institusi.

Sistem penganggaran kehumasan digital IAIN Curup menunjukkan kepatuhan pada prinsip tata kelola keuangan negara yang transparan dan berbasis kinerja. Masuknya pendanaan digital ke dalam DIPA menjamin keberlanjutan operasional produksi konten dan pemeliharaan alat, sehingga transformasi digital kehumasan di dukung instrumen materiil yang kokoh.

i. Standar Operasional Prosedur (SOP) (Baru)

Aturan urutan kerja yang baku dirancang secara ketat untuk menjamin profesionalisme dan konsistensi dari tahap awal dokumen hingga hilir publikasi. Urutan kerja baku dimulai dari proses verifikasi

keabsahan dokumen atau agenda pimpinan di meja surat menyurat, sebelum diserahkan ke Ketua Tim untuk disposisi pembuatan rilis digital. Penataan alur administrasi siber ini merefleksikan teori *Dialogic Communication* dari Kent dan Taylor yang menegaskan bahwa pengelolaan pusat informasi digital (*official digital hub*) seperti website resmi harus memenuhi prinsip keabsahan serta penyediaan informasi yang bermanfaat dan tepercaya demi membangun kredibilitas.²²³

Mekanisme urutan kerja ini dilanjutkan secara disiplin menuju proses penyaringan akhir (*quality control / final screening*) bersama Ketua Tim Humas dan staf pengawas untuk mengecek akurasi redaksional serta meminimalisir kesalahan cetak (*typo*) sebelum konten resmi diunggah. Prosedur berjenjang dan berlapis ini bersesuaian dengan teori *Reputation Management* dari Fombrun yang menyatakan bahwa kredibilitas institusi sangat bergantung pada konsistensi, keakuratan informasi, serta kualitas transparansi pesan yang disampaikan kepada publik. Rantai komando yang ketat sengaja diterapkan di internal Humas untuk meminimalisir kesalahan sekecil apa pun dalam publikasi digital institusi.²²⁴

Ditinjau dari perspektif manajemen pendidikan Islam, penyusunan SOP berlapis di IAIN Curup ini menembus batas teori modern dan bertindak sebagai manifestasi teologis dari prinsip *qawlan sadīdan* sebagaimana diamanatkan dalam QS. Al-Ahzab ayat 70. Makna *qawlan*

²²³ Michael L. Kent and Maureen Taylor, "Toward a Dialogic Theory of Public Relations," *Public Relations Review* 28, no. 1 (2002): 21–37. h. 33

²²⁴ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 38

sadīdan selaras dengan standar transparansi, objektivitas, serta etika profesi kehumasan digital. Secara operasional, ini berarti manajemen humas wajib mengedepankan akurasi informasi dan integritas konten, di mana setiap narasi yang diproduksi harus berbasis data yang sah (*evidence-based*) serta bebas dari unsur penyesatan publik demi menjaga kepercayaan jangka panjang.

Selain itu, ketetapan kriteria penilaian kerja yang menuntut nihilnya kesalahan informasi berkolerasi linear dengan prinsip *tabayyun* (verifikasi dan klarifikasi data) selaras dengan perintah Allah SWT dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. Budaya melakukan pengecekan silang (*cross-check*) bersama pimpinan sebelum proses penayangan rilis berita siber dijalankan merupakan langkah preventif terstruktur untuk menghindari cacat informasi cetak maupun disinformasi digital yang berisiko memicu dampak sosial dan menurunkan wibawa institusi. Hal ini membuktikan bahwa visi dan misi besar IAIN Curup sebagai perguruan tinggi Islam yang unggul dijadikan landasan utama dalam mengejar perubahan teknologi tanpa mencederai keluhuran etika siber keislaman.

Pola SOP berlapis berbasis etika Islam ini mempertegas perbedaan posisi penelitian ini dengan kajian-kajian terdahulu. Jika pada penelitian dari Qurniawati, Mardani, & Wulandari,²²⁵ Patrianti,²²⁶ maupun

²²⁵ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

²²⁶ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

Handayani,²²⁷ aspek penyusunan SOP dipandang murni sebatas alat kepatuhan birokrasi sekuler demi memicu efisiensi kerja dan kecepatan respon, maka penelitian di IAIN Curup berhasil membuktikan bahwa perencanaan SOP berlapis dirancang sebagai tanggung jawab moral-keagamaan yang sakral guna memastikan kesucian informasi dari unsur manipulasi publik siber.

Berdasarkan hasil pengamatan empiris peneliti di lapangan, urutan kerja baku penyiaran informasi ini terbukti berjalan secara terstruktur dan disiplin. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa urutan kerja baku penyiaran informasi di IAIN Curup terbukti berjalan secara tertstruktur melalui mekanisme verifikasi yang ketat sebelum penayangan resmi di ruang siber dilakukan.

Analisis jalinan teori, komparasi studi relevan, dan konfirmasi hasil data observasi lapangan, dapat dianalisis bahwa Standar Operasional Prosedur (SOP) pada fase perencanaan Humas IAIN Curup memegang peran yang sangat krusial sebagai instrumen pengendali mutu informasi. Alur penapisan konten berlapis yang berbasis pada nilai spiritual *qawlan sadīdan* dan *tabayyun* terbukti efektif melahirkan sistem penyiaran informasi digital satu pintu yang kokoh secara administrasi hukum negara, sekaligus bersih secara etika moral Islam, sehingga mampu mengawal

²²⁷ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

marwah dan kredibilitas IAIN Curup sebagai perguruan tinggi Islam yang profesional di ruang publik secara berkelanjutan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

a. Struktur Tim Humas Digital

Struktur tim humas digital merupakan susunan organisasi yang mengatur pembagian peran, tugas, dan tanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi berbasis teknologi digital. Dalam kehumasan, struktur ini penting untuk memastikan setiap aktivitas seperti produksi konten, publikasi, dan interaksi media sosial dapat berjalan secara terkoordinasi dan efektif.

Dengan adanya struktur tim yang jelas, setiap anggota memiliki peran yang terarah sehingga proses kerja menjadi lebih efisien dan profesional. Hal ini juga mendukung peningkatan kualitas informasi serta memperkuat citra lembaga di ruang publik digital.²²⁸

Pembentukan unit kerja khusus yang menangani penyiaran informasi di ruang siber pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengorganisasian humas dari Dozier dan Broom yang menjelaskan peran humas sebagai *communication technician* sekaligus *communication manager*.²²⁹ Dalam memproduksi narasi lembaga, Ketua Tim Humas merancang pembentukan tim humas digital yang terstruktur dengan

²²⁸ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). h. 123–125

²²⁹ David M. Dozier et al., *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management* (Routledge, 2013). h. 11

memisahkan wilayah kerja teknis ke dalam tiga klaster fungsional utama, yaitu klaster administrasi protokoler, klaster redaksional website, dan klaster tim kreatif media sosial. Penataan struktur ini bertujuan agar pengelolaan aset digital institusi memiliki penanggung jawab yang jelas pada tiap lini pemrosesan data publikasi.

Pola pengorganisasian kerangka kerja fungsional ini sejalan dengan konsep *Systematic Planning* dalam kehumasan modern menurut Zerfass.²³⁰ yang menegaskan bahwa profesionalisme manajemen kehumasan memerlukan keahlian khusus dalam mengelola arus informasi. Melalui pembentukan struktur tim digital yang spesifik, tata kelola komunikasi di perguruan tinggi Islam dapat bertransformasi dari sekadar unit publikasi konvensional menjadi bagian integral dari strategi manajemen yang akuntabel. Struktur yang terbagi secara sistematis ini mempermudah proses pengendalian mutu konten sebelum dikonsumsi secara luas oleh publik siber.

Jika dibandingkan dengan beberapa hasil penelitian terdahulu, pembentukan klaster tim digital di IAIN Curup ini memiliki titik temu dengan penelitian dari Khoirunnisak, Fariyah, dan Syamsiani.²³¹ Penelitian dari Khoirunnisak, Fariyah, dan Syamsiani mengenai strategi kehumasan di IAIN Kudus menunjukkan bahwa penerapan pendekatan terpadu dalam mengelola konten media sosial dan *digital branding* sangat

²³⁰ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 45

²³¹ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97.

berperan untuk memperkuat identitas lembaga di era digital. Persamaan kedua institusi ini adalah adanya kesadaran struktural mengenai pentingnya pembentukan tim khusus untuk mengelola media daring kampus. Namun, pembeda utamanya terletak pada pembagiannya; IAIN Curup secara formal memecah struktur internal humas menjadi sub-tim yang lebih rigid dari hulu administrasi hingga hilir pengawasan media.

Eksistensi pembentukan struktur tim digital ini berjalan sejalan dengan data pengamatan langsung peneliti di lapangan. Berdasarkan catatan hasil observasi, peneliti menemukan fakta empiris bahwa struktur tim humas digital di IAIN Curup secara nyata telah dibagi ke dalam beberapa sub-tim yang fungsional, di mana setiap staf menempati posisi bagian kerja masing-masing secara teratur guna mengelola jalannya komunikasi siber.

Melalui analisis teoretis, perbandingan studi relevan, dan konfirmasi pengamatan langsung di atas, dapat dianalisis bahwa pengorganisasian struktur tim humas digital di IAIN Curup telah menerapkan prinsip diferensiasi fungsional secara optimal. Pembagian struktur ke dalam tiga klaster kerja yang mandiri namun terintegrasi terbukti efektif menciptakan efisiensi kerja industri kreatif di lingkungan kampus, sehingga proses penyiaran berita tidak lagi menumpuk pada satu orang dan performa publisitas digital dapat dikelola secara simultan.

b. Pengelolaan SDM Digital

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) digital merupakan proses mengatur, mengembangkan, dan memanfaatkan kemampuan tenaga kerja agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Dalam kehumasan digital, pengelolaan SDM menjadi sangat penting karena menuntut keterampilan dalam mengoperasikan media digital, mengelola konten, serta berkomunikasi secara efektif melalui platform online.

Dengan pengelolaan SDM digital yang baik, organisasi dapat meningkatkan produktivitas, kualitas kerja, serta efektivitas penyebaran informasi. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi SDM perlu dilakukan secara berkelanjutan agar mampu menghadapi tuntutan era digital.²³²

Upaya peningkatan kompetensi dan kemahiran literasi siber para staf pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan prinsip pengorganisasian manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa efektivitas organisasi sangat ditentukan oleh penyelarasan antara struktur dengan kapasitas sumber daya manusia yang tersedia.²³³ Ketua Tim Humas merancang pengelolaan staf melalui program peningkatan kapasitas digital secara berkala, seperti mengikutsertakan mereka dalam *workshop* kehumasan PTKIN, pelatihan jurnalistik siber, dan kursus desain grafis

²³² Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2019) h. 11–13

²³³ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

atau editing video. Pola pembinaan berkelanjutan ini ditujukan agar para pelaksana teknis senantiasa tangkas dalam mengoperasikan perangkat teknologi komunikasi terbaru.

Langkah pembinaan kapasitas digital ini diperkuat oleh teori transformasi digital dalam institusi pendidikan tinggi menurut Verhoef.²³⁴ yang menjelaskan bahwa keberhasilan digitalisasi bukan sekadar adopsi alat, melainkan perubahan strategis yang menyentuh ranah budaya kerja dan peningkatan keahlian digital baru (*digital skills*). Kepala Biro AUAK mendukung penuh program ini dengan memberikan jaminan legalitas berupa dispensasi dinas serta mengalokasikan anggaran negara di dalam DIPA untuk mendanai biaya pelatihan sertifikasi kehumasan nasional. Komitmen manajerial pimpinan tertinggi ini menjadi faktor penentu agar kualifikasi kompetensi siber para staf diakui secara profesional di tingkat nasional.

Apabila dihadapkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka model pengelolaan SDM digital di IAIN Curup memiliki keterkaitan dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari.²³⁵ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial berbasis analitik menuntut adanya kesiapan kompetensi digital staf kehumasan agar mampu mengoptimalkan keterlibatan publik. Persamaan keduanya terletak pada penekanan urgensi

²³⁴ Peter C. Verhoef et al., "Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda," *Journal of Business Research* 122 (2021): 889–901. h. 891

²³⁵ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

kualitas literasi siber bagi para pengelola media kampus. Pembedanya adalah bahwa pengelolaan SDM di IAIN Curup dirancang secara formal-akuntabel melalui skema sertifikasi kehumasan nasional yang didanai DIPA negara, sementara pada penelitian di Universitas Islam Riau pembinaan staf lebih dominan diserahkan pada kebijakan taktis internal unit.

Fakta mengenai pengelolaan kapasitas ini terekam secara konsisten melalui data observasi peneliti di lokasi penelitian. Peneliti mencatat dalam lembar pengamatan bahwa terdapat aktivitas pengelolaan yang proaktif dari pihak pimpinan dalam membina dan mengarahkan staf agar senantiasa memiliki keterampilan operasional yang tinggi dalam menggunakan gawai serta perangkat lunak publikasi terbaru.

Berdasarkan jalinan teori, komparasi penelitian, dan temuan data pengamatan di atas, dapat dianalisis bahwa fungsi pengelolaan SDM digital di IAIN Curup berhasil mengatasi tantangan kesenjangan kompetensi siber melalui pendekatan yang terprogram. Adanya dukungan finansial dari Kepala Biro AUAK untuk sertifikasi nasional memastikan bahwa akselerasi transformasi digital di lingkungan PTKIN didukung oleh kesiapan kapasitas pelaksana operasional yang handal dan adaptif terhadap perubahan teknologi komunikasi siber.

c. Fasilitas Teknologi

Fasilitas teknologi merupakan sarana dan prasarana berbasis digital yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan kerja organisasi,

khususnya dalam bidang kehumasan. Fasilitas ini mencakup perangkat keras, perangkat lunak, serta jaringan internet yang memungkinkan proses komunikasi dan penyebaran informasi berjalan dengan cepat dan efisien.

Dalam kehumasan digital, ketersediaan fasilitas teknologi yang memadai sangat berpengaruh terhadap kualitas kerja dan efektivitas komunikasi. Oleh karena itu, pengelolaan dan pemanfaatan fasilitas teknologi harus dilakukan secara optimal agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik.²³⁶

Pemenuhan prasarana multimedia yang memadai pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori *Digital Maturity* dari Kane.²³⁷ yang menjelaskan bahwa tingkat kesiapan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi tata kelola sangat dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur pendukung yang mumpuni. Untuk menjamin ritme produksi konten yang cepat, unit Humas proses dilengkapi dengan perangkat keras (*hardware*) spesifikasi tinggi untuk proses editing, kamera DSLR dan *mirrorless* untuk dokumentasi, mikrofon nirkabel, serta perangkat pencahayaan (*lighting*). Dari segi perangkat lunak (*software*), unit ini mengoptimalkan aplikasi pengolah grafis dan video profesional berbayar serta sistem manajemen konten (CMS) berbasis website.

Penyediaan fasilitas teknologi standar industri kreatif ini diperkuat oleh komitmen belanja modal dari Kepala Biro AUAK yang menegaskan

²³⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). h. 120–122

²³⁷ David Rader, “Digital Maturity—the New Competitive Goal,” *Strategy & Leadership* 47, no. 5 (2019): 28–35. h. 30

bahwa tim kehumasan yang hebat tidak akan mampu bekerja secara maksimal tanpa dukungan alat yang memadai. Pihak pimpinan birokrasi menyetujui usulan inventaris dari Ketua Tim Humas secara bertahap guna memastikan proses diseminasi informasi publik tidak terhambat oleh kendala teknis perangkat keras maupun perangkat lunak. Langkah ini diambil demi menjaga konsistensi narasi institusi serta memperkuat visual branding kampus di mata masyarakat luas.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, pengorganisasian fasilitas teknologi di IAIN Curup memiliki titik perbedaan dengan temuan penelitian terdahulu dari Tria Patrianti.²³⁸ Penelitian dari Tria Patrianti di Universitas Muhammadiyah Jakarta menekankan bahwa peran humas dalam membangun reputasi sangat bertumpu pada manajemen hubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder relations*). Persamaannya adalah kedua institusi sepakat bahwa fasilitas yang memadai merupakan instrumen penting kehumasan. Pembedanya terletak pada mekanisme pengadaan alat; sebagai perguruan tinggi swasta, UMJ bertumpu pada kebijakan alokasi dana yayasan, sedangkan IAIN Curup sebagai PTKIN melaksanakan pengadaan fasilitas berbasis pada inventarisasi Barang Milik Negara (BMN) yang terikat aturan belanja modal negara.

Berdasarkan pengamatan empiris peneliti di lapangan, ketersediaan sarana penunjang komunikasi digital ini terbukti nyata

²³⁸ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

tersedia di ruang kerja. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa sarana digital (*software* dan *hardware*) seperti kamera, komputer editing spesifikasi tinggi, serta aplikasi berbayar lainnya tersedia secara lengkap untuk menunjang performa kerja humas secara harian.

Pengorganisasian fasilitas teknologi di IAIN Curup diarahkan pada pemenuhan standarisasi perangkat siber mutakhir. Melalui penyediaan perangkat multimedia spesifikasi standar industri kreatif, manajemen berhasil mengeliminasi hambatan teknis operasional, sehingga proses produksi materi informasi tidak lagi mengalami kelambatan teknis dan kualitas visual publikasi kampus dapat disajikan secara profesional.

d. Struktur Organisasi (Baru)

Struktur organisasi (baru) merupakan susunan hubungan kerja yang menggambarkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dalam suatu organisasi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan lingkungan kerja. Perubahan struktur organisasi biasanya dilakukan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta memperjelas alur koordinasi antarbagian.

Dalam kehumasan digital, struktur organisasi yang jelas sangat penting agar setiap kegiatan dapat berjalan secara terarah dan terkoordinasi. Dengan demikian, pelaksanaan tugas menjadi lebih optimal dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.²³⁹

²³⁹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016) h. 71–73

Kejelasan kedudukan unit Humas di dalam tata kelola birokrasi IAIN Curup merefleksikan teori pengorganisasian dari George R. Terry yang menyatakan bahwa struktur organisasi merupakan kerangka formal yang menunjukkan hubungan pelaporan, rentang kendali, dan saluran komunikasi antar-unit kerja.²⁴⁰ Kerangka formal unit kehumasan didesain secara formal menginduk di bawah koordinasi Biro AUAK. Penataan garis hierarki ini dibuat agar alur pertanggungjawaban hukum bersifat sejalur, namun tetap fleksibel dalam tataran operasional harian melalui pemanfaatan grup koordinasi digital sebagai saluran komunikasi internal tim.

Penetapan kerangka formal ini diperkuat oleh pandangan OECD mengenai tata kelola pendidikan digital yang menegaskan bahwa transformasi digital memerlukan sinergi yang kokoh antara kebijakan makro pimpinan dengan kejelasan struktur birokrasi institusi. Kepala Biro AUAK menegaskan bahwa kepatuhan terhadap rantai komando formal ditujukan agar setiap rilis informasi memiliki dasar hukum yang valid. Garis pelaporan yang jelas memastikan bahwa Ketua Tim Humas memegang kendali operasional staf, namun pimpinan tertinggi tetap menjadi otoritas pemberi izin (*clearance*) sebelum konten strategis disiarkan.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, kerangka formal organisasi di IAIN Curup memiliki perbedaan karakteristik dengan

²⁴⁰ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

penelitian dari Santy Handayani.²⁴¹ Penelitian dari Santy Handayani membedah struktur organisasi Humas Pemerintah Kota Medan yang dirancang untuk melayani alur pelaporan kebijakan politik daerah kepada masyarakat umum. Persamaan keduanya adalah unit kehumasan sama-sama berada di bawah garis hierarki birokrasi kedinasan yang formal. Namun perbedaannya, struktur Humas IAIN Curup didesain secara spesifik untuk menjembatani alur informasi akademik, kemahasiswaan, dan tridharma perguruan tinggi di bawah koordinasi Biro AUAK.

Fakta mengenai eksistensi kerangka formal ini terkonfirmasi secara valid melalui hasil pengamatan lapangan. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa terdapat bentuk kerangka formal dan struktur organisasi yang jelas yang mengatur saluran komunikasi birokrasi dengan menempatkan Ketua Tim Humas sebagai pusat laporan operasional.

Struktur organisasi Humas IAIN Curup berhasil memadukan kekuatan hukum birokrasi formal dengan kecepatan komunikasi era digital. Penempatan unit Humas langsung di bawah Biro AUAK memotong jalur birokrasi yang berbelit, sehingga memudahkan penyampaian data penting rektorat secara cepat namun tetap aman dalam koridor akuntabilitas hukum pemerintahan.

²⁴¹ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPO]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

e. **Pembagian Tugas/ *Job Description* (Baru)**

Pembagian tugas atau job description merupakan proses penentuan rincian pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap individu dalam organisasi sesuai dengan jabatan dan tanggung jawabnya. Dalam kehumasan digital, pembagian tugas yang jelas sangat penting agar setiap kegiatan seperti produksi konten, publikasi, dan pengelolaan media sosial dapat berjalan secara efektif dan tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan.

Dengan adanya job description yang terstruktur, setiap anggota organisasi dapat memahami perannya dengan baik sehingga pelaksanaan tugas menjadi lebih terarah, efisien, dan akuntabel. Hal ini juga membantu meningkatkan kualitas kinerja secara keseluruhan dalam mencapai tujuan organisasi.²⁴²

Penerapan rincian tugas yang spesifik pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pembagian kerja (*division of work*) dari Henri Fayol yang menegaskan bahwa spesialisasi kerja sangat krusial untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemanfaatan sumber daya manusia.²⁴³ Manajemen kehumasan memisahkan beban kerja staf ke dalam peran fungsional yang rigid; Pauzar Utama bertanggung jawab penuh pada sistem informasi berbasis web dan tulisan jurnalistik, Ahmad Anizar berfokus pada desain grafis serta editing visual, sedangkan staf bagian editor memegang peran pengelolaan akun media sosial resmi dan

²⁴² Veithzal Rivai Zainal, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). h. 216

²⁴³ Henri Fayol, *General and Industrial Management* (Ravenio Books, 2016). h. 43

caption writing. Pemisahan peran ini disusun secara tertulis untuk memastikan setiap staf menjadi spesialis di bidangnya.

Pola penataan tugas operasional ini diperkuat oleh konsep *Management Function* dari Zerfass.²⁴⁴ yang menyatakan bahwa kehumasan profesional menuntut adanya kejelasan peran fungsional guna menghindari terjadinya tumpang tindih kewenangan (*overlapping*). Ketua Tim Humas mengawasi secara melekat implementasi *job description* ini untuk menjamin bahwa alur produksi informasi mengalir secara linier dari penulis berita teks menuju desainer visual hingga bermuara pada pengunggah media sosial. Pemisahan tugas ini terbukti mempercepat ritme kerja karena staf dapat fokus menyelesaikan beban kerja sesuai keahliannya masing-masing.

Jika dihadapkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka model pembagian tugas ini memiliki hubungan erat dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari.²⁴⁵ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari menguraikan bahwa pembagian kerja dalam digital PR menggunakan model SOME memerlukan adanya pembagian peran pengelola yang jelas agar fungsi interaksi (*engage*) berjalan optimal. Persamaannya adalah kedua kampus sepakat menerapkan spesialisasi peran staf media sosial. Pembedanya terletak pada ruang lingkupnya, UIR membagi tugas staf secara fleksibel berbasis media sosial, sedangkan IAIN

²⁴⁴ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 45

²⁴⁵ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

Curup membagi tugas secara struktural-komprehensif yang memisahkan antara spesialis jurnalisme web formal dengan spesialis konten kreatif multimedia.

Data hasil wawancara ini berkorelasi secara tepat dengan hasil data pengamatan peneliti di lokasi penelitian. Peneliti mengobservasi bahwa terdapat pembagian tugas khusus (*job description*) yang terstruktur antara pengelola IT, desainer visual, dan penulis berita melalui sistem penunjukan peran yang rapi dan ditaati secara disiplin oleh seluruh staf.

Pembagian tugas di internal Humas IAIN Curup telah memenuhi kaidah manajemen industri kreatif kontemporer. Melalui pemisahan peran yang tegas antara penulis rilis berita dengan perancang visual infografis, unit Humas berhasil menciptakan rantai produksi informasi yang linier dan cepat, sehingga meminimalkan konflik internal akibat tumpang tindih kewenangan antar-personel pelaksana.

f. Pendelegasian Wewenang (Baru)

Pengaturan batas otonomi pengambilan keputusan pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori pendelegasian wewenang dari George R. Terry yang menyatakan bahwa penyerahan hak pengambilan keputusan dari pimpinan kepada bawahan harus disesuaikan dengan kapasitas dan kompetensinya demi kelancaran operasional organisasi.²⁴⁶ Pendelegasian diberikan secara proporsional, di mana Staf Protokoler diberikan wewenang penuh untuk merespons komentar publik yang bersifat umum

²⁴⁶ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

dan normatif di media sosial resmi. Namun, untuk penanganan komentar yang bersifat sensitif, kritik tajam, atau pengunggahan berita yang mendesak (*breaking news*), staf diwajibkan menahan diri dan melaporkannya kepada Ketua Tim Humas guna mendapatkan formulasi bahasa yang aman.

Batasan otonomi teknis ini sejalan dengan teori *Reputation Management* dari Fombrun yang menegaskan bahwa kredibilitas lembaga di ruang digital sangat dipengaruhi oleh kecepatan respons institusi yang selaras dengan tingkat keakuratan informasi.²⁴⁷ Ketua Tim Humas mengunci wewenang eksekusi rilis berita mendesak pada tingkat komando satu pintu guna memitigasi risiko kesalahan fatal. Fleksibilitas pelayanan informasi publik harian tetap berjalan cepat di tangan staf, namun keamanan narasi strategis lembaga tetap terjaga di bawah pengawasan pimpinan sebelum disiarkan ke ruang publik siber.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, mekanisme pendelegasian wewenang di IAIN Curup memiliki perbedaan karakteristik dengan penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi.²⁴⁸ Penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi menyimpulkan bahwa media sosial lembaga pendidikan memberikan ruang otonomi yang luas bagi pengelola untuk berinteraksi secara bebas guna membangun kedekatan emosional. Persamaannya adalah pemanfaatan otonomi staf dalam melayani

²⁴⁷ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 38

²⁴⁸ Yanezra Lieyani et al., "Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 698

pertanyaan interaktif netizen. Pembedanya terletak pada aspek pembatasan; IAIN Curup memberlakukan sensor birokrasi berlapis yang ketat untuk isu krisis, sementara studi literatur mereka cenderung memandang pendelegasian wewenang secara terbuka tanpa batas birokrasi yang kaku.

Melalui pengamatan langsung peneliti di lapangan, batasan wewenang taktis ini terbukti berjalan secara tertib. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa pimpinan memberikan wewenang pengambilan keputusan teknis harian kepada bawahan, namun terdapat batasan tegas yang dipatuhi secara disiplin oleh seluruh staf kreatif dan admin media sosial.

Pendelegasian wewenang di unit Humas IAIN Curup menerapkan prinsip desentralisasi terkendali. Model pengaturan ini terbukti efektif memberikan kecepatan dalam merespons kebutuhan informasi calon mahasiswa baru secara *real-time*, sekaligus memberikan perlindungan berlapis bagi reputasi kampus dari risiko blunder komunikasi akibat kelalaian staf dalam merespons isu sensitif di kolom komentar.

g. Penempatan Personalia / *Staffing* (Baru)

Penempatan personalia (*staffing*) merupakan proses pengisian posisi dalam organisasi dengan individu yang memiliki kualifikasi, kompetensi, dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Dalam kehumasan digital, proses ini sangat penting untuk memastikan

setiap tugas seperti pengelolaan konten, media sosial, dan komunikasi publik ditangani oleh orang yang tepat.

Dengan penempatan personalia yang sesuai, organisasi dapat meningkatkan efektivitas kerja, produktivitas, serta kualitas layanan informasi kepada publik. Oleh karena itu, *staffing* harus dilakukan secara tepat agar tujuan organisasi dapat tercapai secara optimal.²⁴⁹

Asas penempatan pegawai pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori *staffing* dari Robbins dan Coulter yang menegaskan urgensi penempatan individu yang tepat pada posisi yang tepat (*the right man on the right place*) berdasarkan kualifikasi, keahlian, dan kompetensi spesifik yang dimiliki.²⁵⁰ Dalam menata komposisi tim, Ketua Tim Humas mengajukan nama-nama staf berdasarkan analisis rekam jejak digital dan keahlian multimedia otentik yang mereka kuasai. Proses ini memastikan bahwa penempatan personel tidak didasarkan atas kedekatan subjektif, melainkan pada objektivitas kapasitas teknis siber.

Pola penempatan personalia ini diperkuat oleh komitmen legalitas formal dari Kepala Biro AUAK selaku pembina kepegawaian tertinggi di tingkat birokrasi institut. Pihak pimpinan biro memastikan prinsip kesesuaian keahlian tersebut berjalan sah di mata hukum dengan mengeluarkan SK (Surat Keputusan) penempatan resmi yang disesuaikan dengan formasi kompetensi masing-masing staf. Langkah sinkronisasi

²⁴⁹ Siswanto, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012). h. 49

²⁵⁰ Stephen P. Robbins et al., *Manajemen Jilid 1*, 2016. h. 7

antara usulan teknis dengan legalitas hukum pimpinan ini menjadi pilar utama dalam menegakkan profesionalisme manajemen kehumasan perguruan tinggi keagamaan.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, sistem penempatan personalia di IAIN Curup memiliki titik pembeda dengan penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani.²⁵¹ Penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani memaparkan strategi *digital branding* IAIN Kudus yang dikerjakan secara kolektif oleh tim Humas kampus. Persamaannya terletak pada penekanan urgensi kompetensi teknis tim kehumasan dalam mengelola media digital. Pembedanya terletak pada aspek administrasi; penempatan staf di IAIN Curup dikunci melalui ketetapan SK Kepala Biro AUAK yang formal sebagai bagian dari penataan aparatur sipil negara, sementara di IAIN Kudus ulasannya lebih dominan pada aktivitas kolektif tim publikasi tanpa merinci aspek kepegawaiannya.

Data empiris ini didukung kuat oleh pengamatan langsung peneliti di lapangan. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa proses penempatan staf di lingkungan kerja Humas IAIN Curup dinilai telah berjalan dengan sangat tepat, di mana formasi posisi pengelola IT, desainer grafis, dan penulis berita diisi oleh personel yang menguasai keahlian teknologi tersebut secara nyata.

²⁵¹ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 192

Fungsi *staffing* di unit Humas IAIN Curup telah berhasil mewujudkan asas profesionalitas kepegawaian modern. Penempatan personel yang disahkan melalui SK Kepala Biro AUAK berdasarkan kompetensi siber otentik terbukti meminimalkan hambatan adaptasi teknologi, sehingga seluruh instrumen komunikasi daring milik institut dapat dikelola secara optimal oleh individu yang memiliki keahlian di bidangnya.

h. Koordinasi Antar Unit (Baru)

Sistem penyelarasan aktivitas publikasi eksternal pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori manajemen komunikasi dari George R. Terry yang menyatakan bahwa koordinasi merupakan mekanisme penyelarasan berbagai aktivitas organisasi agar tercipta sinergi dan harmonisasi dalam pencapaian tujuan bersama.²⁵² Alur penyerapan data diawali dari tingkat hulu administrasi, di mana Staf di bagian humas mencatat surat masuk atau nota dinas permohonan publikasi dari fakultas, LPPM, atau Pascasarjana ke dalam agenda dinas untuk didisposisikan oleh Ketua Tim Humas. Pola ini dirancang agar seluruh data dari unit luar terdokumentasi secara tertib sebelum diproses menjadi rilis berita digital.

Pola penyelarasan ini diperkuat oleh konsep *Strategic Alignment* dari Zerfass yang menegaskan bahwa kehumasan harus bertindak sebagai jembatan yang menyelaraskan kepentingan internal organisasi dengan

²⁵² Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

ekspektasi publik luas.²⁵³ Setelah konten dipublikasikan, Staf Bagian Share and Kontrol menjalankan koordinasi hilir dengan mendistribusikan kembali tautan rilis resmi secara tersistem ke dalam grup-grup komunikasi fakultas asal. Ketua Tim Humas menegaskan bahwa penerapan *cross-functional coordination* ini memastikan unit Humas tidak bekerja dalam isolasi, melainkan bertindak sebagai motor penggerak sinergi publikasi terpadu satu pintu di seluruh lingkungan kampus.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik koordinasi antar-unit di IAIN Curup memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian dari Tria Patrianti.²⁵⁴ Penelitian dari Tria Patrianti di Universitas Muhammadiyah Jakarta menguraikan pentingnya hubungan dengan pemangku kepentingan luar dalam memelihara reputasi kampus swasta. Persamaannya terletak pada kesadaran teoretis mengenai urgensi jaringan komunikasi eksternal. Namun pembeda utamanya adalah bahwa koordinasi di IAIN Curup berfokus pada penataan alur administrasi dinas surat menyurat internal kampus satu pintu birokrasi, sedangkan Universitas Muhammadiyah Jakarta lebih menitikberatkan pada keluwesan koordinasi bersama mitra swasta eksternal luar kampus.

Data yang diperoleh dari lapangan ini didukung kuat oleh catatan observasi peneliti di lokasi penelitian. Peneliti melihat adanya aktivitas

²⁵³ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 20

²⁵⁴ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

koordinasi dan penyelarasan yang intensif dilakukan antara tim Humas dengan unit kerja lain di lingkungan IAIN Curup, guna mewujudkan keseragaman narasi publikasi satu pintu yang solid.

Mekanisme koordinasi antar-unit di IAIN Curup menerapkan pola *cross-functional coordination* yang integratif. Melalui pengelolaan administrasi surat menyurat di hulu dan redistribusi tautan resmi di hilir, Humas berhasil memposisikan diri sebagai pusat pengelola informasi institut yang mampu menyatukan seluruh potensi publikasi fakultas secara sinergis.

3. Pelaksanaan (*Actuating*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

a. Produksi Konten Digital

Produksi konten digital merupakan proses pembuatan dan pengolahan informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video yang kemudian disebarluaskan melalui media digital. Dalam kehumasan, produksi konten digital berperan penting dalam menyampaikan informasi secara menarik, cepat, dan mudah dipahami oleh publik.

Melalui produksi konten yang terencana dan kreatif, organisasi dapat meningkatkan daya tarik pesan serta memperkuat citra lembaga di

mata masyarakat. Oleh karena itu, proses produksi konten harus dilakukan secara profesional agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan efektif.²⁵⁵

Eksekusi pembuatan produk komunikasi harian di lingkungan Humas IAIN Curup merefleksikan teori pelaksanaan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa *actuating* merupakan fase operasional untuk mengimplementasikan seluruh perencanaan konseptual menjadi aksi nyata di lapangan.²⁵⁶ Staf bagian Jurnalis mengawali proses penulisan rilis berita harian langsung di lapangan menggunakan laptop dan gawai untuk mencatat poin wawancara serta mengambil foto dokumentasi. Langkah ini diselaraskan dengan Ahmad Anizar yang bertindak mengeksekusi rekaman video lapangan menggunakan kamera *mirrorless* dan mikrofon nirkabel untuk diproses menggunakan komputer editor spesifikasi tinggi.

Tahapan produksi multimedia harian ini diperkuat oleh konsep *Engagement-Based Communication* menurut Breakenridge yang menjelaskan bahwa era digital menuntut public relations untuk aktif menghasilkan konten informatif, edukatif, dan promotif secara konsisten. Langkah pengolahan data mentah dari lapangan menjadi produk infografis, *flyer digital*, poster, serta materi video pendek yang variatif merupakan bentuk adaptasi unit Humas terhadap tren konsumsi media masyarakat.²⁵⁷ Aktivitas produksi harian ini diawasi langsung oleh Ketua

²⁵⁵ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Pesan Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016). h. 106

²⁵⁶ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁵⁷ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h.5

Tim Humas guna memastikan produk yang dihasilkan memiliki kemanfaatan informasi yang tinggi.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, pelaksanaan produksi konten di IAIN Curup memiliki titik perbedaan dengan temuan penelitian terdahulu dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi.²⁵⁸ Penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi merupakan kajian literatur yang menyimpulkan pentingnya media sosial sebagai instrumen utama humas modern dalam menaikkan citra lembaga pendidikan. Persamaannya adalah pengakuan teoretis mengenai pentingnya memproduksi materi kreatif di media digital. Pembedanya terletak pada sifat kajian; jika studi mereka sebatas mengulas teori kepustakaan secara umum, maka penelitian di IAIN Curup membuktikan secara empiris praktik nyata harian staf dalam mengolah video dan teks berita jurnalistik siber langsung dari lapangan.

Realisasi pembuatan produk komunikasi ini tercatat secara konsisten di dalam data observasi peneliti. Peneliti melihat adanya praktik nyata pembuatan konten harian (video dan berita) secara terus-menerus (*selalu update*) menggunakan perangkat gawai multimedia terbaru yang dikelola oleh tim pelaksana lapangan.

Pelaksanaan produksi konten digital di IAIN Curup telah berjalan secara aktif dan produktif. Langkah pengolahan rilis berita teks yang dipadukan dengan kemasan visual infografis dan video pendek

²⁵⁸ Yanezra Lieyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 698

membuktikan bahwa unit Humas berhasil mengonversi data akademik kampus yang kaku menjadi produk komunikasi siber yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat umum.

b. Publikasi (*Web & Sosmed*)

Publikasi melalui web dan media sosial merupakan proses penyebaran informasi kepada publik dengan memanfaatkan platform digital seperti website resmi dan berbagai akun media sosial. Dalam kehumasan digital, publikasi menjadi sarana utama untuk memastikan informasi organisasi dapat tersampaikan secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Dengan publikasi yang terencana dan konsisten, organisasi dapat membangun komunikasi yang efektif serta meningkatkan citra dan kredibilitas lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan publikasi harus dilakukan secara profesional agar pesan yang disampaikan tetap akurat, relevan, dan menarik bagi audiens.²⁵⁹

Tahapan penyebaran produk informasi ke ruang publik siber pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori komunikasi informatif dari Cutlip, Center, dan Broom yang menjelaskan bahwa fungsi utama kehumasan dalam perguruan tinggi adalah bertindak sebagai penyampai informasi akademik dan kelembagaan secara resmi, akurat, dan tepat waktu.²⁶⁰ Staf bagian melakukan proses teknis pengunggahan berita resmi melalui sistem

²⁵⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017). h. 153

²⁶⁰ Cutlip et al., "Public Relations." h. 6

manajemen konten (CMS) berbasis web dengan mengoptimalkan teknik SEO dasar pada penulisan judul agar artikel kampus cepat terindeks di Google. Strategi penulisan judul berbasis kata kunci pencarian khalayak ini ditujukan untuk memperluas jangkauan keterbacaan portal resmi.

Langkah penyebaran informasi ini dipadukan secara fungsional bersama manajemen distribusi media sosial oleh staf bagian protokoler yang melakukan pengunggahan materi visual grafis dan video pendek secara terjadwal melalui platform manajemen media sosial guna memastikan ketepatan waktu tayang. Metode publikasi multiplatform ini sejalan dengan teori *official digital hub* dari Kent dan Taylor yang menegaskan bahwa pengelolaan saluran komunikasi daring institusi wajib menyediakan kemudahan navigasi serta pembaruan informasi berkala demi menaikkan legitimasi sosial lembaga.²⁶¹ Konsistensi penyebaran konten daring ini dikawal langsung oleh Ketua Tim Humas demi menjaga performa publisitas institut.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, pola publikasi digital di IAIN Curup memiliki relevansi dengan penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani.²⁶² Penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani memaparkan bahwa strategi komunikasi multikanal melalui website resmi dan media sosial efektif

²⁶¹ Michael L. Kent and Maureen Taylor, "Toward a Dialogic Theory of Public Relations," *Public Relations Review* 28, no. 1 (2002): 21–37. h. 33

²⁶² Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 192

menyebarluaskan prestasi tridharma kampus IAIN Kudus. Persamaannya terletak pada pemanfaatan website dan media sosial sebagai saluran penyiaran resmi perguruan tinggi Islam. Perbedaannya, proses publikasi di IAIN Curup mengintegrasikan teknik optimasi SEO pada penulisan berita web guna menjaring trafik pencarian organik masyarakat, yang tidak dikaji secara mendalam pada penelitian mereka.

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti terhadap alur penyiaran berita, alur kerja publikasi ini berjalan secara teratur. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa proses teknis pengunggahan informasi dilakukan melalui urutan kerja yang sistematis, meliputi pembuatan bahan konten, melakukan kroscek validitas data, lalu disebarluaskan secara serentak ke seluruh kanal media resmi kampus.

Aktivitas publikasi digital di IAIN Curup berhasil mengombinasikan keandalan teknik informasi website dengan ketepatan penjadwalan media sosial resmi. Skema distribusi pesan yang terencana ini mempercepat proses penyampaian berita penting rektorat, memperluas jangkauan sebaran rilis, serta meningkatkan visibilitas digital IAIN Curup di mesin pencari internet.

c. Interaksi Digital

Interaksi digital merupakan proses komunikasi dua arah antara organisasi dan publik melalui media berbasis teknologi seperti media sosial, website, dan platform komunikasi digital lainnya. Dalam kehumasan, interaksi digital memungkinkan adanya respon langsung

terhadap pertanyaan, komentar, maupun masukan dari masyarakat sehingga komunikasi menjadi lebih terbuka dan responsif.

Melalui interaksi digital yang baik, organisasi dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan publik, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat citra positif lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan interaksi digital harus dilakukan secara cepat, tepat, dan profesional.²⁶³

Pola pengelolaan ruang percakapan siber pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori *Social Media Engagement* dari Men dan Tsai yang menyatakan bahwa kualitas hubungan antara organisasi dan publik diukur dari tingkat interaktivitas yang responsif, seperti membalas komentar, membagikan pesan, serta membuka ruang partisipasi aktif.²⁶⁴ Tim Humas Staf Bagian Media Sosial memanfaatkan fitur komentar, *direct message* (DM), dan fitur *questions* di *Instagram Story* secara berkala sebagai media pelayanan publik digital. Pengelolaan fitur-fitur interaktif ini ditujukan untuk merespons seluruh pertanyaan masyarakat mengenai informasi akademik secara ramah, solutif, dan cepat.

Pendekatan pengelolaan ruang komunikasi interaktif ini sejalan dengan kerangka berpikir *Excellence Theory* dari Grunig dan Hunt yang menegaskan bahwa humas yang efektif wajib menerapkan komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*) dengan

²⁶³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015). h. 169

²⁶⁴ Linjuan Rita Men and Wan-Hsiu Sunny Tsai, "Public Engagement with CEOs on Social Media: Motivations and Relational Outcomes," *Public Relations Review* 42, no. 5 (2016): 932–42. h. 938

mengedepankan aspek dialog dan pertukaran pesan yang responsif.²⁶⁵ Ketua Tim Humas mengarahkan para staf agar menjadikan fitur interaksi digital sebagai sarana *customer service* akademis yang bersahabat. Melalui pengelolaan umpan balik digital yang responsif, masyarakat dapat merasa dekat, didengar, serta dilayani dengan baik oleh pihak birokrasi kampus.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, manajemen interaksi digital di IAIN Curup memiliki titik temu dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari.²⁶⁶ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari mengonfirmasi bahwa penegasan strategi komunikasi digital yang interaktif terbukti mampu mendorong peningkatan keterlibatan publik dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap universitas. Persamaannya adalah pemanfaatan kolom komentar media sosial sebagai instrumen komunikasi relasional. Pembedanya, fungsi interaksi di IAIN Curup diawasi secara ketat oleh Ketua Tim Humas melalui pembatasan formulasi bahasa kedinasan, sementara pada penelitian di Universitas Islam Riau ulasannya berfokus pada kebebasan berinteraksi model SOME.

Kenyataan ini dikonfirmasi secara nyata melalui catatan observasi peneliti di lapangan. Peneliti melihat bukti empiris bahwa tim Humas memanfaatkan fitur ruang obrolan (*chat*) dan kolom komentar secara aktif untuk membangun jalinan komunikasi dua arah langsung dengan

²⁶⁵ Grunig and Grunig, "Excellence Theory in Public Relations." h. 327

²⁶⁶ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

masyarakat melalui penunjukan staf khusus yang bertanggung jawab secara melekat.

: Aktivitas interaksi digital yang dijalankan oleh Humas IAIN Curup telah berhasil mewujudkan fungsi humas sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*) yang responsif. Dengan memosisikan kolom komentar dan pesan langsung media sosial sebagai ruang *customer service* akademis, unit Humas sukses menghapus kesan birokrasi kampus yang kaku dan memperpendek jarak psikologis antara lembaga dengan calon mahasiswa baru.

d. Tindakan Korektif

Tindakan korektif merupakan langkah perbaikan yang dilakukan untuk mengatasi penyimpangan atau kesalahan yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Dalam kehumasan digital, tindakan ini diperlukan untuk memastikan bahwa proses produksi, publikasi, maupun interaksi informasi tetap sesuai dengan standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan adanya tindakan korektif yang tepat, organisasi dapat memperbaiki kinerja, mencegah kesalahan berulang, serta menjaga kualitas informasi yang disampaikan kepada publik. Oleh karena itu, tindakan korektif menjadi bagian penting dalam menjaga efektivitas pengelolaan kehumasan digital.²⁶⁷

²⁶⁷ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). h. 146

Sistem mitigasi penanganan kesalahan penulisan informasi siber pada Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengelolaan komunikasi darurat dari Zerfass yang menekankan bahwa efektivitas kehumasan era digital sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam mengantisipasi dan mengelola potensi krisis informasi secara transparan dan cepat.²⁶⁸ Jika terjadi perubahan agenda pimpinan rektorat secara mendadak atau revisi dokumen kedinasan, Rahmad Salihin segera menghubungi Ketua Tim dan tim kreatif melalui telepon atau grup WhatsApp darurat agar draf rilis digital segera ditarik sebelum menyebar luas. Koordinasi taktis administratif ini dirancang untuk mencegah tersebarnya data yang keliru ke ruang siber.

Langkah penanganan konten bermasalah di tingkat hilir diselaraskan bersama Rusni Elda selaku Staf Bagian Share n Kontrol yang melakukan tindakan penarikan ulang (*take-down*) konten atas persetujuan Ketua Tim Humas jika ditemukan adanya masalah teknis tautan eror atau kesalahan redaksional yang fatal. Prosedur kedaruratan ini sejalan dengan teori *Reputation Management* dari Fombrun yang menegaskan bahwa pemeliharaan reputasi siber sangat dipengaruhi oleh kecepatan respons institusi dalam memulihkan keakuratan pesan.²⁶⁹ Aturan batas waktu penanganan kesalahan informasi dikunci secara ketat wajib selesai dalam

²⁶⁸ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 20

²⁶⁹ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 38

kurun waktu di bawah 30 menit setelah kekeliruan ditemukan demi menjaga nama baik institusi.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik tindakan korektif di IAIN Curup memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian dari Santy Handayani.²⁷⁰ Penelitian dari Santy Handayani memaparkan bahwa manajemen krisis informasi pada Humas Pemkot Medan dilakukan melalui konferensi pers resmi dan rilis klarifikasi tertulis bersama rekan media online luar. Persamaannya adalah adanya kesadaran manajerial mengenai pentingnya langkah klarifikasi informasi demi meredam sentimen negatif publik. Pembedanya, tindakan korektif di IAIN Curup berjalan secara instan melalui intervensi grup internal digital berupa penarikan langsung draf rilis siber secara mandiri tanpa harus melewati birokrasi konferensi pers.

Fakta kedaruratan ini terkonfirmasi secara valid lewat pengamatan lapangan peneliti. Peneliti mengobservasi bahwa apabila ditemukan adanya produk publikasi digital yang mengalami masalah teknis atau kekeliruan redaksional, tim Humas secara sigap mengambil tindakan korektif berupa penarikan ulang (*take-down*) konten dari seluruh platform untuk dikroscek kembali validitasnya.

Penerapan sistem intervensi cepat di bawah batas waktu 30 menit menunjukkan kematangan unit Humas IAIN Curup dalam mengelola

²⁷⁰ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

krisis informasi digital. Kecepatan langkah *take-down* konten bermasalah yang dipadukan dengan koordinasi administratif lintas staf terbukti efektif memitigasi risiko penyebaran berita keliru, sehingga nama baik dan marwah perguruan tinggi Islam dapat dikawal secara konsisten di ruang siber.

e. Kepemimpinan / *Leadership* (Baru)

Kepemimpinan (*leadership*) merupakan kemampuan seseorang dalam memengaruhi, mengarahkan, dan menggerakkan anggota organisasi agar bekerja sama dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam kehumasan digital, kepemimpinan berperan penting dalam mengoordinasikan tim, memastikan kelancaran produksi konten, serta menjaga kualitas komunikasi publik di berbagai platform digital.

Pemimpin yang efektif mampu mengambil keputusan secara tepat, memberikan arahan yang jelas, serta membangun kerja sama tim yang solid. Oleh karena itu, kepemimpinan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.²⁷¹

Model pengarahannya operasional di lingkungan unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori kepemimpinan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa *actuating* sangat bergantung pada aspek kemanusiaan dan kemampuan manajerial pimpinan dalam memengaruhi, membimbing, serta mengarahkan personel agar bekerja sesuai standar

²⁷¹ Kartini Kartono, *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu?* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). h. 39

yang ditetapkan.²⁷² Ketua Tim Humas menerapkan gaya kepemimpinan demokratis-partisipatif sekaligus situasional dengan memosisikan diri sebagai rekan diskusi bagi para staf pelaksana. Penjelasan teknis harian disampaikan secara santai melalui forum *briefing* pagi atau pengarahan langsung lewat grup *WhatsApp* untuk memicu keluarnya ide-ide kreatif staf tanpa mengabaikan etika siber institusi.

Pendekatan kepemimpinan yang luwes ini didukung penuh oleh Kepala Biro AUAK melalui kerangka berpikir kepemimpinan *visioner* menurut OECD, yang menjelaskan bahwa tata kelola digital menuntut adanya ritme kerja yang dinamis serta fleksibilitas pimpinan dalam mengelola staf industri kreatif.²⁷³ Pihak pimpinan biro sengaja memberikan keleluasaan penuh kepada Ketua Tim Humas untuk memimpin unitnya tanpa sekat birokrasi formal yang kaku. Pola kepemimpinan ini dinilai berjalan efektif dalam memengaruhi staf muda di lingkungan Humas agar bersedia bekerja dengan dedikasi tinggi tanpa merasa tertekan oleh sekat-sekat hierarki jabatan.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, karakteristik kepemimpinan di IAIN Curup memiliki perbedaan dengan temuan penelitian terdahulu dari Tria Patrianti.²⁷⁴ Penelitian dari Tria Patrianti menguraikan bahwa kepemimpinan Humas di Universitas

²⁷² Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁷³ IAIN Curup, Hasil Observasi Awal. Desember 2025.

²⁷⁴ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h.

Muhammadiyah Jakarta berfokus pada penguatan instruksi formal struktural guna menjaga hubungan kemitraan eksternal bersama pemangku kepentingan. Persamaannya terletak pada posisi pimpinan unit sebagai pengarah utama program kerja kehumasan. Pembedanya, kepemimpinan di Humas IAIN Curup menerapkan model kepemimpinan situasional-digital yang memanfaatkan grup aplikasi instan (*WhatsApp*) sebagai sarana instruksi harian yang fleksibel.

Data wawancara di atas bersesuaian secara linear dengan hasil observasi lapangan. Peneliti mengamati secara langsung bahwa gaya kepemimpinan Kepala Humas dalam membimbing staf diwujudkan melalui pemberian arahan kerja serta pembantuan pembagian tugas harian yang komunikatif.

Gaya kepemimpinan demokratis-partisipatif yang dijalankan di unit Humas IAIN Curup terbukti adaptif terhadap ekosistem industri media siber. Dengan memosisikan diri sebagai rekan diskusi dan memanfaatkan saluran komunikasi digital, pemimpin berhasil memelihara ruang kreativitas staf pelaksana tanpa kehilangan kendali terhadap kepatuhan standar etika komunikasi lembaga.

f. Motivasi / *Motivating* (Baru)

Pemberian stimulus kerja bagi para staf di lingkungan Humas IAIN Curup merefleksikan teori pergerakan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa indikator pelaksanaan yang efektif wajib menyentuh pemberian dorongan, baik secara materiil maupun non-

materiil, agar setiap anggota organisasi memiliki semangat kerja yang tinggi.²⁷⁵ Secara materiil, operasional lapangan staf didukung oleh pemberian uang saku atau upah lembur yang sah sesuai regulasi jika terdapat agenda liputan besar di luar jam kerja. Secara non-materiil, Ketua Tim Humas rutin memberikan apresiasi terbuka atas karya visual atau tulisan berita staf pelaksana guna memelihara produktivitas kreativitas tim.

Instrumen pemberian motivasi materiil ini diperkuat oleh komitmen Kepala Biro AUAK melalui sistem pengelolaan keuangan negara yang transparan berdasarkan regulasi DIPA. Pihak pimpinan biro memastikan hak-hak operasional dan kesejahteraan finansial tim Humas dapat dicairkan secara tepat waktu sesuai dengan volume kinerja riil mereka di lapangan. Penghargaan moral juga rutin diberikan pimpinan tertinggi dengan mengundang staf Humas masuk dalam rapat pimpinan formal rektorat sebagai bentuk pengakuan bahwa kontribusi mereka dalam membangun citra digital kampus diakui di tingkat tertinggi institusi.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, skema pemberian motivasi di IAIN Curup memiliki titik pembeda dengan penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani.²⁷⁶ Penelitian dari Khoirunnisak, Farihah, dan Syamsiani memaparkan strategi kehumasan IAIN Kudus dalam mengelola citra kampus yang digerakkan atas dasar semangat kolektif pengelola media komunikasi. Persamaannya adalah

²⁷⁵ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁷⁶ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 38

pengakuan teoretis mengenai pentingnya aspek motivasi internal dalam tim publikasi. Pembedanya, sistem motivasi materiil di IAIN Curup didesain secara formal akuntabel bersumber dari pencairan dana DIPA negara yang disesuaikan dengan rekapitulasi volume kinerja riil staf lapangan.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung peneliti, instrumen pemberian motivasi ini berjalan dengan baik di lapangan. Peneliti mencatat dalam lembar observasi adanya pemenuhan dorongan motivasi berkala (insentif lembur operasional dan penghargaan moral) yang disediakan secara nyata oleh pihak lembaga guna memelihara ritme semangat tim kerja kreatif.

Manajemen motivasi di unit Humas IAIN Curup telah berjalan secara seimbang. Kombinasi antara pemenuhan hak finansial operasional berbasis regulasi DIPA dengan pemberian penghargaan psikologis di tingkat rapat rektorat terbukti efektif memicu loyalitas staf tim kreatif, menjaga konsistensi produksi konten harian, serta menurunkan tingkat kejenuhan kerja di tengah tingginya tuntutan dunia siber.

g. Komunikasi / *Communication* (Baru)

Komunikasi (*communication*) merupakan proses penyampaian pesan, informasi, atau gagasan dari satu pihak kepada pihak lain agar tercapai pemahaman yang sama. Dalam kehumasan digital, komunikasi menjadi unsur utama dalam menyampaikan informasi organisasi melalui

berbagai media seperti media sosial, *website*, dan *platform* digital lainnya secara cepat dan tepat.

Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi kerja, memperkuat hubungan antaranggota tim, serta membangun citra positif lembaga di mata publik. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi yang baik sangat diperlukan dalam mendukung keberhasilan pengelolaan kehumasan digital.²⁷⁷

Pengaturan alur pertukaran pesan internal di lingkungan Humas IAIN Curup merefleksikan teori manajemen komunikasi dari George R. Terry yang menyatakan bahwa proses penyampaian informasi, instruksi, dan umpan balik (*feedback*) yang efektif antara atasan dan bawahan sangat krusial guna menghindari kesalahpahaman kerja.²⁷⁸ Ekosistem kerja Humas didesain dengan meminimalkan sekat-sekat birokrasi agar alur komunikasi dan pemberian tanggapan (*feedback*) berjalan dua arah secara *real-time*. Pertukaran informasi yang lancar ini sengaja dibangun untuk memitigasi risiko timbulnya distorsi instruksi siber.

Pola komunikasi dua arah ini diatur secara tertib mengikuti alur komando kedinasan yang berjenjang. Proses penyampaian data dan koordinasi internal bergerak dari tingkat staf pelaksana media, divalidasi oleh Ketua Tim Humas selaku manajer operasional, hingga bermuara pada laporan eksekutif kepada Kepala Biro AUAK. Penataan alur komunikasi

²⁷⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017). h. 15

²⁷⁸ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

berjenjang ini ditujukan untuk memastikan bahwa seluruh informasi rilis berita digital yang dikeluarkan ke ruang publik siber bersih dari kesalahan data akademik institusi.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik komunikasi internal di IAIN Curup memiliki perbedaan karakteristik dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari.²⁷⁹ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari menguraikan alur komunikasi digital PR Universitas Islam Riau yang bertumpu pada kebebasan pertukaran ide model sirkular SOME di media sosial. Persamaannya adalah adanya pemanfaatan saluran komunikasi digital dalam menyinkronkan ide promosi. Pembedanya, alur komunikasi di Humas IAIN Curup dikunci mengikuti garis birokrasi struktural kedinasan pemerintah yang formal (Staf, Ketua Tim, Kepala Biro) guna menjamin validitas narasi siber.

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan, peneliti mencatat terwujudnya alur penyampaian komunikasi yang harmonis. Alur penyampaian instruksi teknis dan umpan balik (*feedback*) berjalan secara tertib melewati garis hierarki birokrasi mulai dari unsur staf pelaksana, Ketua Tim Humas, hingga Kepala Biro AUAK untuk menghindari terjadinya kesalahan informasi di media digital.

²⁷⁹ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 227

Pengaturan alur komunikasi di internal Humas IAIN Curup berhasil membangun transparansi kerja yang tinggi. Mekanisme penyampaian umpan balik (*feedback*) secara *real-time* tanpa sumbatan birokrasi terbukti efektif menghilangkan risiko salah informasi siber, sehingga setiap kebijakan strategis rektorat dapat diterjemahkan menjadi produk komunikasi digital secara akurat.

h. Pemberian Instruksi / *Directing* (Baru)

Metode pengarahan tugas harian pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengarahan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa *directing* merupakan penjelasan yang gamblang mengenai tata cara pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan, agar setiap personel memahami perannya dengan jelas.²⁸⁰ Ketua Tim Humas menyampaikan penjelasan teknis harian tidak melalui instruksi formal yang kaku, melainkan memanfaatkan forum pertemuan singkat (*briefing*) pagi yang santai serta mengoptimalkan grup koordinasi digital WhatsApp. Metode pengarahan instan ini dipilih guna mempercepat proses kontrol terhadap kesiapan draf rilis media.

Pola pengarahan teknis ini diperkuat oleh teori *Management Function* dari Zerfass yang menekankan bahwa fungsi pengarahan dalam manajemen kehumasan modern menuntut adanya keahlian khusus dalam mengendalikan ritme arus informasi operasional.²⁸¹ Melalui penyampaian

²⁸⁰ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁸¹ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 45

pengarahan berbasis grup aplikasi perpesanan, Ketua Tim Humas dapat memberikan koreksi redaksional draf narasi secara langsung kapan saja tanpa terhambat oleh sekat ruang kerja formal. Hal ini memastikan seluruh staf memahami instruksi revisi secara instan sebelum konten dipublikasikan.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, metode pemberian instruksi di IAIN Curup memiliki perbedaan dengan penelitian dari Santy Handayani.²⁸² Penelitian dari Santy Handayani memaparkan bahwa pemberian instruksi program kehumasan di Pemkot Medan bergerak melalui jalur surat perintah tugas formal birokrasi kedinasan daerah yang kaku. Persamaannya terletak pada posisi pimpinan sebagai pemberi komando pengarah kerja. Pembedanya, proses *directing* di Humas IAIN Curup mendominasi saluran digital grup WhatsApp sebagai sarana penyampaian penjelasan teknis operasional harian agar pergerakan tim kreatif berjalan dinamis.

Data wawancara di atas bersesuaian secara linear dengan hasil observasi lapangan. Peneliti mengamati secara langsung bahwa pimpinan memberikan penjelasan teknis mengenai tata cara pelaksanaan tugas harian secara berkala melalui pembagian tugas dan pengarah yang gamblang, sehingga setiap personel memahami tanggung jawab operasionalnya dengan jelas.

²⁸² Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

Metode pemberian instruksi teknis (*directing*) berbasis aplikasi digital di unit Humas IAIN Curup terbukti efektif mempercepat ritme produksi informasi. Pola pengarahan yang fleksibel namun fokus ini membuat staf pelaksana mampu menerjemahkan detail penugasan draf narasi secara instan, sehingga meminimalkan waktu tunggu dan mempercepat proses penayangan rilis berita resmi kampus.

i. Koordinasi Lapangan (Baru)

Sinkronisasi pergerakan personel saat operasional di lapangan berlangsung pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori koordinasi operasional manajemen dari George R. Terry yang menegaskan urgensi penyelarasan aktivitas antar-staf pada saat operasional berjalan untuk memastikan efisiensi penggunaan waktu dan tenaga.²⁸³ Sebelum agenda acara besar kampus dimulai, Ketua Tim Humas memimpin forum rapat teknis singkat (*technical meeting*) guna membagi komando lapangan kepada Staf bagian jurnalis dan staf bagian editor. Langkah ini dilakukan agar pembagian zona tugas liputan dapat diatur secara matang sejak awal.

Pola sinkronisasi taktis ini diperkuat oleh konsep *Systematic Planning* dari Zerfass.²⁸⁴ yang menjelaskan bahwa pengelolaan publisitas profesional menuntut adanya identifikasi pemangku kepentingan dan pemetaan lokasi kerja liputan yang proaktif. Melalui pembagian zona visual (seperti pembagian personel yang fokus di podium utama dengan

²⁸³ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁸⁴ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 20

personel yang merekam suasana audiens), posisi ambilan foto berita web tidak akan bertabrakan dengan sudut pandang (*angle*) kamera video liputan. Sinkronisasi ini memastikan seluruh bahan mentah berita dan dokumentasi visual terkumpul secara variatif serta dapat masuk ke meja editing pada hari yang sama.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik koordinasi lapangan di IAIN Curup memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi.²⁸⁵ Penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi merupakan studi kepustakaan yang menyimpulkan secara umum bahwa media sosial bertindak sebagai instrumen utama dalam menaikkan citra lembaga pendidikan. Persamaannya adalah pengakuan teoretis mengenai pentingnya aspek keselarasan hasil publikasi. Pembedanya, penelitian di IAIN Curup mengisi celah kosong (*research gap*) dengan membuktikan secara empiris eksistensi pelaksanaan *technical meeting* taktis pra-acara guna mengatur efisiensi pergerakan fisik staf di lapangan.

Realisasi koordinasi operasional ini tercatat secara konsisten di dalam data observasi peneliti. Peneliti melihat adanya sinkronisasi antar-anggota tim yang dilakukan secara disiplin di lapangan saat operasional berlangsung (seperti saat liputan acara besar wisuda), di mana pimpinan

²⁸⁵ Yanezra Lieyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 698

membagi komando zona tugas liputan agar penggunaan waktu, alat, dan tenaga staf tetap berjalan secara efisien.

Proses pelaksanaan koordinasi lapangan di unit Humas IAIN Curup bertumpu pada ketepatan manajemen waktu dan pembagian zona logistik visual. Melalui pelaksanaan *technical meeting* praliwatan, Humas mampu menghasilkan variasi produk berita jurnalistik dan rekaman video kreatif yang kaya dalam tenggat waktu yang cepat pada hari pelaksanaan acara yang sama, tanpa membuang energi personel secara berlebihan.

4. Pengawasan (*Controlling*) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan IAIN Curup

a. Analitik Media Sosial

Analitik media sosial merupakan proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis data dari aktivitas pengguna di platform media sosial untuk menilai efektivitas konten dan strategi komunikasi yang dijalankan. Dalam kehumasan digital, analitik ini digunakan untuk memahami perilaku audiens, tingkat keterlibatan (*engagement*), serta jangkauan informasi yang disebarkan oleh organisasi.

Melalui analitik media sosial, organisasi dapat mengevaluasi kinerja konten dan merumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran. Oleh karena itu, pemanfaatan data analitik menjadi sangat penting

dalam meningkatkan kualitas pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.²⁸⁶

Evaluasi terhadap efektivitas dan performa publikasi siber pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengawasan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa *controlling* merupakan proses penentuan apa yang telah dicapai, mengukur capaian kerja terhadap standar, dan mengumpulkan data aktual sebagai basis penjaminan mutu organisasi.²⁸⁷ Ketua Tim Humas mengawasi jalannya proses evaluasi berbasis teknologi digital yang dikerjakan oleh staf pelaksana secara konsisten pada setiap akhir bulan. Pengolahan statistik ini ditujukan untuk memantau apakah investasi waktu, tenaga, pemikiran, serta ide kreatif yang dikeluarkan oleh tim humas siber sebanding dengan respons digital yang diberikan oleh masyarakat luas.

Langkah evaluasi berbasis pemrosesan data statistik siber ini diperkuat oleh konsep *Data-Driven Evaluation* dari Zerfass, Verčič, dan Wiesenberg yang menegaskan bahwa komunikasi organisasi modern harus terintegrasi dengan sistem manajemen kinerja²⁸⁸ Melalui pendekatan ini, humas meninggalkan pola evaluasi konvensional yang subyektif dan beralih pada pembacaan metrik digital kuantitatif secara empiris. Data hasil pelacakan grafik dari dashboard administrasi media siber tersebut dijadikan sebagai instrumen ilmiah yang sangat berharga untuk

²⁸⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016).

²⁸⁷ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

²⁸⁸ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 45

mendukung proses pengambilan keputusan strategis rektorat pada periode berikutnya.

Jika dikomparasikan dengan beberapa hasil penelitian terdahulu, pemanfaatan metrik siber di IAIN Curup memiliki relevansi dengan penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari.²⁸⁹ Penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari mengenai manajemen digital PR Universitas Islam Riau membuktikan bahwa pengelolaan media sosial yang bertumpu pada data analitik merupakan faktor penting dalam mempertahankan reputasi perguruan tinggi. Persamaan dari kedua lembaga pendidikan tinggi Islam ini terletak pada pengoptimalan data statistik siber kuantitatif sebagai basis melakukan penilaian kinerja kehumasan. Pembedanya, Humas IAIN Curup menggunakan data analitik untuk mengukur ketercapaian target kuantitatif Indikator Kinerja Utama (IKU) unit pemerintah, sedangkan UIR menggunakannya secara mandiri dalam kerangka model sirkular SOME.

Tahapan peninjauan data ini berkorelasi linear dengan data pengamatan langsung peneliti di unit Humas. Berdasarkan catatan hasil observasi lapangan, peneliti menemukan fakta empiris bahwa fungsi pengawasan di IAIN Curup diwujudkan melalui penggunaan fitur *insight* atau statistik digital secara aktif untuk mengevaluasi kinerja, dengan

²⁸⁹ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 230

orientasi melihat jenis konten mana yang lebih banyak dilihat publik agar produk informasi ke depan dapat disajikan secara lebih mutakhir (*update*).

Melalui analisis teoretis, perbandingan studi relevan, dan konfirmasi pengamatan langsung di atas, dapat dianalisis bahwa evaluasi analitik media sosial di IAIN Curup telah menerapkan prinsip *data-driven management* secara sehat. Pembacaan angka kunjungan dan grafik interaksi secara berkala terbukti efektif menghilangkan subjektivitas dalam penilaian kerja staf, sehingga menghasilkan potret evaluasi operasional yang valid serta mempermudah penentuan arah tren publisitas kampus yang diminati khalayak siber.

b. Monitoring Reputasi

Penjagaan nama baik dan citra institusi pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori *Reputation Management* dari Fombrun yang menyatakan bahwa reputasi merupakan representasi kolektif dari persepsi publik terhadap kredibilitas, kinerja, dan integritas organisasi.²⁹⁰ Ketua Tim Humas menegaskan bahwa pengawasan siber yang aktif bertindak sebagai detektor awal bagi unit kehumasan untuk menjaga nama baik kampus. Pengawasan melekat terhadap lalu lintas opini netizen di kolom komentar maupun pergerakan pemberitaan media luar dilakukan secara harian guna mendeteksi potensi krisis komunikasi lebih awal, sehingga langkah preventif dapat segera disiapkan sebelum isu tersebut berkembang liar.

²⁹⁰ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 38

Langkah pemantauan citra siber ini diperkuat oleh konsep *Digital Public Relations* dari Breakenridge yang menjelaskan bahwa karakteristik utama ruang komunikasi digital adalah kecepatan pergerakan informasi yang dapat tersebar dalam hitungan detik.²⁹¹ Guna mengantisipasi pergeseran dari kendali pesan (*message control*) menuju kendali bersama (*shared control*), unit kehumasan dituntut memiliki responsivitas tinggi dalam memantau kritik, pertanyaan, maupun misinformasi di ruang maya. Pengawasan melekat terhadap interaksi publik diposisikan sebagai pilar pengaman guna mengawal agar marwah perguruan tinggi Islam tetap terjaga secara konsisten.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, sistem pemantauan citra di IAIN Curup memiliki titik perbedaan dengan penelitian dari Tria Patrianti.²⁹² Penelitian dari Tria Patrianti menyimpulkan bahwa kegiatan humas Universitas Muhammadiyah Jakarta dalam menjaga reputasi dilakukan melalui penguatan manajemen konten serta pemeliharaan hubungan baik secara luring bersama pemangku kepentingan. Persamaannya adalah kedua lembaga sama-sama menempatkan pemeliharaan *public trust* sebagai target utama pengawasan kehumasan. Pembedanya terletak pada instrumen operasional; Humas IAIN Curup mendominasi pemantauan reputasi lewat aktivitas pengawasan siber (*social listening*) terhadap sebutan dan tagar di media

²⁹¹ Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (Pearson Education, 2012). h. 5

²⁹² Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

sosial, sedangkan UMJ lebih condong pada pendekatan relasional konvensional.

Realisasi pengawasan reputasi ini terkonfirmasi secara valid melalui hasil pengamatan langsung peneliti di lapangan. Berdasarkan lembar pengamatan observasi, peneliti mencatat bukti otentik bahwa fungsi memantau komentar atau perkembangan berita terkait IAIN Curup di ruang digital dikendalikan secara ketat di bawah pengawasan langsung Ketua Tim Humas.

Berdasarkan jalinan teori, komparasi penelitian, dan temuan data pengamatan di atas, dapat dianalisis bahwa fungsi *monitoring* reputasi di IAIN Curup bertindak sebagai sistem pertahanan citra lembaga yang responsif. Aktivitas pemantauan opini publik secara harian terbukti efektif memberikan keandalan taktis bagi institut dalam mengantisipasi penyebaran berita negatif sejak dini, sehingga meminimalkan risiko kerusakan reputasi digital kampus di mata masyarakat.

c. Identifikasi Kendala

Identifikasi kendala merupakan proses menemukan dan menganalisis berbagai hambatan yang muncul dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Dalam kehumasan digital, proses ini penting untuk mengetahui permasalahan yang dapat mengganggu efektivitas kerja, seperti kendala teknis, keterbatasan sumber daya, maupun kurangnya koordinasi antar tim.

Dengan identifikasi kendala yang tepat, organisasi dapat segera mengambil langkah perbaikan agar kegiatan kehumasan tetap berjalan

optimal. Selain itu, proses ini juga membantu meningkatkan kualitas perencanaan dan pelaksanaan program di masa mendatang.²⁹³

Proses pemetaan hambatan operasional publikasi pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori manajemen pengawasan dari George R. Terry yang menyatakan bahwa tujuan dari fungsi *controlling* adalah mendeteksi secara dini adanya penyimpangan (*deviation*) atau hambatan di lapangan, guna dicarikan langkah perbaikan demi mencapai efisiensi organisasi.²⁹⁴ Ketua Tim Humas mengidentifikasi keberadaan dua kendala utama, yaitu kendala teknis infrastruktur berupa fluktuasi jaringan internet lokal serta overload kapasitas penyimpanan server pada saat musim PMB, serta kendala sumber daya manusia berupa tingginya kecepatan perubahan algoritma media sosial yang menuntut kecepatan adaptasi staf pelaksana.

Langkah pemetaan hambatan ini ditindaklanjuti secara struktural melalui kerangka berpikir transformasi digital perguruan tinggi menurut OECD, yang menegaskan bahwa tata kelola pendidikan digital memerlukan sinergi yang utuh antara kebijakan makro pimpinan, sistem monitoring berkelanjutan, ketersediaan infrastruktur, serta peningkatan kapasitas SDM. Kepala Biro AUAK mengonfirmasi bahwa setiap catatan hambatan dari unit Humas langsung ditindaklanjuti secara lintas sektoral dengan menginstruksikan Unit TIPD (Teknologi Informasi dan Pangkalan Data) untuk melakukan perluasan *bandwidth* serta integrasi server web

²⁹³ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). h. 245

²⁹⁴ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

kampus. Langkah penanganan hambatan SDM disiasati melalui penyusunan kebijakan program workshop berkala guna memperbarui literasi siber staf.

Jika dihadapkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, model identifikasi kendala di IAIN Curup memiliki titik perbedaan dengan penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi.²⁹⁵ Penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi merupakan studi kepustakaan yang menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh humas lembaga pendidikan mampu memperkuat nilai lembaga tanpa hambatan birokrasi yang berarti. Persamaannya terletak pada penekanan urgensi pembaruan strategi komunikasi siber. Namun celah pembeda (*research gap*) yang berhasil diisi oleh penelitian lapangan di IAIN Curup adalah pembuktian fakta empiris bahwa digitalisasi kehumasan selalu menghadapi tantangan nyata berupa fluktuasi server internet dan tuntutan efisiensi alat komputer editing, yang tidak diulas dalam studi literatur mereka.

Data wawancara mengenai pemetaan hambatan ini bersesuaian secara linear dengan hasil data pengamatan peneliti. Peneliti mengobservasi dalam catatan lapangan bahwa tim Humas secara berkala menghadapi kendala teknis dan keterbatasan daya dukung material, di mana fasilitas komputer serta kamera di ruang kerja masih menuntut

²⁹⁵ Yanezra Lieyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 698

adanya pembaruan (*update*) secara terus-menerus demi mengejar efisiensi kerja.

Fungsi identifikasi kendala yang berjalan secara terbuka di IAIN Curup membuktikan adanya koordinasi pengawasan yang solutif dan sehat. Penanganan hambatan infrastruktur siber yang diintegrasikan langsung bersama Unit TIPD serta dukungan program workshop dari pimpinan terbukti efektif memotong kelambatan operasional, sehingga proses transformasi digital kehumasan didukung oleh sistem pemulihan teknis yang berkelanjutan.

d. Penetapan Standar Kinerja (Baru)

Penetapan standar kinerja merupakan proses menentukan ukuran atau indikator yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan tugas dalam organisasi. Dalam kehumasan digital, standar kinerja diperlukan untuk mengukur efektivitas kegiatan seperti produksi konten, publikasi, interaksi media sosial, serta pengelolaan informasi digital.

Dengan adanya standar kinerja yang jelas, organisasi dapat menilai capaian kerja secara objektif serta melakukan perbaikan apabila terjadi penyimpangan. Oleh karena itu, penetapan standar kinerja menjadi dasar penting dalam meningkatkan kualitas dan profesionalitas kerja kehumasan digital.²⁹⁶

²⁹⁶ Sedarmayanti, Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Bandung: Refika Aditama, 2017). h. 136

Penyusunan kriteria sukses komunikasi pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori evaluasi kinerja (*KPI-Based Evaluation*) dari Parmentier dan Fischer yang menegaskan bahwa setiap aktivitas komunikasi perlu memiliki kriteria keberhasilan yang jelas dan target yang terukur sebagai acuan dasar dalam melakukan penilaian kerja organisasi.²⁹⁷ Staf pengawas konten menetapkan item penilaian standar kinerja (*Key Performance Indicators*) secara rigid, meliputi target pertumbuhan jumlah pengikut akun resmi pada setiap bulan, rata-rata kecepatan merespons pesan (*response rate*) dari netizen di bawah batas waktu 1 jam, serta penegasan nihilnya kesalahan rilis informasi siber.

Ketetapan instrumen penilaian kuantitatif ini diintegrasikan dengan konsep *Digital Maturity* dari Kane yang menjelaskan bahwa organisasi yang matang secara digital wajib menggunakan parameter data statistik sebagai dasar perumusan standar strategi, bukan sekadar pelengkap aktivitas formal semata.²⁹⁸ Kriteria penilaian kerja yang dirancang oleh manajemen mematikan sistem penilaian manual yang tidak akurat. Seluruh staf pelaksana diwajibkan mengacu pada batasan target statistik digital tersebut, sehingga performa kerja kehumasan dalam melayani hak keterbukaan informasi publik dapat diukur secara ilmiah.

²⁹⁷ Marie-Agnès Parmentier and Eileen Fischer, "Working It: Managing Professional Brands in Prestigious Posts," *Journal of Marketing* 85, no. 2 (2021): 110–28, <https://doi.org/10.1177/0022242920953818>. h. 112

²⁹⁸ David Rader, "Digital Maturity—the New Competitive Goal," *Strategy & Leadership* 47, no. 5 (2019): 28–35. h. 31

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, penetapan standar kinerja di IAIN Curup memiliki titik perbedaan karakteristik dengan penelitian dari Santy Handayani.²⁹⁹ Penelitian dari Santy Handayani menjelaskan bahwa tolok ukur kesuksesan Humas Pemerintah Kota Medan dinilai berdasarkan kelancaran pelaksanaan program hubungan media massa daring secara makro. Persamaannya adalah penggunaan parameter eksternal untuk mengukur keberhasilan publisitas lembaga publik. Pembedanya terletak pada tingkat akurasinya, Humas IAIN Curup mengunci kriteria penilaian secara mikro berbasis kecepatan respon obrolan (*chat*) dan persentase pertumbuhan pengikut bulanan, yang tidak dirinci secara rigid pada penelitian tersebut.

Secara faktual, ketetapan instrumen standar penilaian ini terkonfirmasi lewat pengamatan langsung peneliti di lapangan. Peneliti mencatat dalam lembar observasi bahwa unit kehumasan secara nyata telah menetapkan tolok ukur atau kriteria keberhasilan baku berbasis data statistik (*insight*), yang diposisikan sebagai acuan utama dalam melakukan penilaian performa kerja tim digital.

Penetapan standar kinerja berbasis metrik digital kuantitatif menunjukkan bahwa Humas IAIN Curup telah menerapkan prinsip akuntabilitas manajemen kehumasan kontemporer. Target pertumbuhan pengikut dan kecepatan respons di bawah satu jam memaksa staf

²⁹⁹ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

pelaksana untuk bekerja secara dinamis, responsif, dan berorientasi pada kepuasan pelayanan publik siber, sehingga performa komunikasi lembaga dapat diawasi secara objektif.

e. Pengukuran Hasil Kerja (Baru)

Pengukuran hasil kerja merupakan proses penilaian terhadap capaian kinerja yang telah dilakukan oleh individu maupun organisasi berdasarkan standar yang telah ditetapkan. Dalam kehumasan digital, pengukuran ini digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan seperti produksi konten, publikasi informasi, serta efektivitas interaksi di media sosial.

Melalui pengukuran hasil kerja, organisasi dapat mengevaluasi pencapaian secara objektif dan menentukan langkah perbaikan yang diperlukan. Oleh karena itu, proses ini menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas pengelolaan kehumasan berbasis teknologi digital.³⁰⁰

Proses rekapitulasi capaian aktual pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengawasan dari George R. Terry yang menyatakan bahwa indikator pengawasan yang kuat wajib memuat proses pengukuran hasil kerja berupa pemantauan dan pengumpulan data mengenai capaian nyata yang telah dihasilkan dalam kurun waktu tertentu.³⁰¹ Staf pengelola media sosial mengumpulkan data capaian aktual pada setiap akhir bulan

³⁰⁰ Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Erlangga, 2012). h. 237

³⁰¹ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

dengan mengunduh dokumen statistik resmi dari *Meta Business Suite* dan *TikTok Analytics*. Aktivitas pengumpulan ini difokuskan untuk mengevaluasi grafik jangkauan (*reach*), jumlah pengikut baru, serta video yang paling banyak ditonton khalayak.³⁰²

Langkah pemantauan hasil kerja aktual ini diselaraskan pada pengelolaan portal berita resmi oleh Staf Bagian Web Berita menggunakan instrumen Google Analytics. Pengumpulan data siber ini merefleksikan pendekatan *Strategic Communication Management* dari Zerfass yang menegaskan bahwa pengukuran hasil kerja kehumasan siber wajib bersandar pada validitas data riil.³⁰³ Staf merekapitulasi data jumlah kunjungan unik (*unique visitors*), durasi baca pengguna, serta artikel berita mana yang paling banyak diakses oleh masyarakat sebagai rapor kuantitatif untuk melihat efektivitas publikasi.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, sistem pengukuran hasil kerja di IAIN Curup memiliki titik relevansi dengan penelitian dari Khoirunnisak, Fariyah, dan Syamsiani.³⁰⁴ Penelitian dari Khoirunnisak, Fariyah, dan Syamsiani memaparkan bahwa pengukuran keberhasilan citra IAIN Kudus diukur melalui perluasan publikasi kegiatan kampus dan digital branding di media lokal. Persamaannya

³⁰² Idi Warsah and Ruly Morganna, "The Effect of the Mahasiswa Mengaji Program on the Qur'an Reading Skills of IAIN Curup Students," *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis* 9, no. 2 (2025): 262–84.

³⁰³ Ansgar Zerfass et al., *Communication Management* (Oxford University Press, 2020), <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>. h. 24

³⁰⁴ Cindy Muawanah Khoirunnisak et al., "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97. h. 192

adalah kedua instansi memanfaatkan visualisasi data publikasi untuk mengukur performa kelembagaan. Pembedanya terletak pada instrumen pengukuran; Humas IAIN Curup melaksanakan pengukuran capaian secara mandiri dari internal dashboard analitik siber (*Google Analytics dan Meta Suite*), sedangkan IAIN Kudus mengukurnya lewat pemetaan klipring berita luar di media massa mitra.

Realisasi pengumpulan data capaian riil ini divalidasi melalui hasil pengamatan langsung peneliti di lokasi penelitian. Peneliti melihat adanya proses pengumpulan dokumen capaian aktual secara periodik yang bertumpu pada pengolahan data statistik (*insight*) siber bulanan unit Humas.

Proses pengukuran hasil kerja yang dilakukan secara berkala mencerminkan berjalannya fungsi pengawasan yang akuntabel. Melalui rekapitulasi data aktual dari Google Analytics dan Meta Business Suite pada setiap akhir bulan, manajemen dapat memetakan efektivitas penyebaran narasi, sehingga menghasilkan laporan evaluasi operasional yang valid dan bebas dari manipulasi data.

f. Pembandingan / *Comparison* (Baru)

Pembandingan (*comparison*) merupakan proses membandingkan hasil kerja yang telah dicapai dengan standar yang telah ditetapkan atau dengan hasil sebelumnya. Dalam kehumasan digital, pembandingan dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan seperti penyebaran informasi, *engagement* media sosial, serta kualitas konten yang dipublikasikan.

Melalui proses ini, organisasi dapat mengetahui kesenjangan antara target dan realisasi sehingga dapat menjadi dasar dalam perbaikan kinerja.³⁰⁵ Oleh karena itu, perbandingan sangat penting dalam upaya meningkatkan kualitas pengelolaan kehumasan digital secara berkelanjutan.³⁰⁶

Aktivitas analisis komparasi rencana terhadap hasil riil pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengawasan dari George R. Terry yang menjelaskan bahwa fungsi pengawasan mencakup tahap perbandingan (*comparison*) antara hasil kerja nyata di lapangan dengan rencana atau standar target awal yang telah disusun, guna mengetahui adanya selisih atau kesenjangan performa.³⁰⁷ Staf Bagian *Share and Kontrol* menjalankan tugas pokok membandingkan data capaian bulanan dengan target perencanaan. Proses komparasi ini ditujukan untuk mendeteksi secara ilmiah apabila terdapat target kuantitatif sebaran rilis berita yang meleset dari perencanaan awal.

Langkah analisis komparasi bulanan ini divalidasi secara langsung oleh Ketua Tim Humas melalui forum rapat evaluasi internal unit kehumasan. Forum rapat evaluasi ini merefleksikan teori manajemen komunikasi dari Zerfass yang menegaskan pentingnya mengevaluasi metrik komunikasi sebagai basis perbaikan strategi siber.³⁰⁸ Jika hasil

³⁰⁵ Emmi Kholilah Harahap, "Manajemen Otonomi Pendidikan Di Indonesia," *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan* 1, no. 02 (2016): 137–51.

³⁰⁶ Veithzal Rivai Zainal, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). h. 275

³⁰⁷ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

³⁰⁸ Zerfass et al., *Communication Management*. h. 45

pembandingan menunjukkan capaian aktual sesuai atau melebihi target perencanaan, maka strategi dipertahankan. Sebaliknya, jika ditemukan aspek komunikasi yang belum memenuhi standar, pimpinan memimpin tim untuk membedah letak masalah operasional guna diperbaiki pada bulan berikutnya.

Jika dikomparasikan dengan studi relevan, karakteristik perbandingan berkala di IAIN Curup memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi.³⁰⁹ Penelitian dari Lieyani, Natalia, dan Setiyadi menyimpulkan secara umum bahwa pemanfaatan media sosial lembaga pendidikan efektif mengevaluasi citra melalui komunikasi dua arah. Persamaannya terletak pada kesadaran teoretis mengenai urgensi evaluasi berkala. Pembedanya, penelitian di IAIN Curup memaparkan fakta empiris berjalannya rapat evaluasi bulanan yang dipimpin langsung oleh Ketua Tim Humas untuk mengomparasikan rencana kerja kuantitatif terhadap hasil riil lapangan, yang tidak diulas dalam studi kepustakaan tersebut.

Fakta manajerial ini diperkuat oleh temuan data observasi peneliti di lapangan. Peneliti melihat adanya aktivitas peninjauan yang konsisten di mana tim Humas melakukan pembandingan hasil kerja nyata di

³⁰⁹ Yanezra Lieyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700. h. 698

lapangan terhadap target rencana awal yang dikaji secara berkesinambungan melalui forum perbandingan tiap bulan.³¹⁰

Analisis perbandingan (*comparison*) secara berkala memastikan siklus manajemen kehumasan digital IAIN Curup berjalan secara dinamis. Proses komparasi bulanan ini mempermudah unit Humas mendeteksi celah kelemahan performa kerja pelaksana secara dini, sekaligus menjadi pijakan data ilmiah bagi pimpinan untuk merancang perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) pada rencana kerja kehumasan periode berikutnya.

g. Tindakan Korektif (Baru)

Tindakan korektif merupakan langkah perbaikan yang dilakukan untuk mengatasi penyimpangan antara hasil kerja dengan standar yang telah ditetapkan. Dalam kehumasan digital, tindakan ini diperlukan untuk memperbaiki kesalahan dalam proses produksi konten, publikasi informasi, maupun pengelolaan interaksi di media sosial.

Melalui tindakan korektif yang tepat, organisasi dapat meningkatkan kualitas kinerja, mencegah terulangnya kesalahan, serta menjaga efektivitas pengelolaan komunikasi digital. Oleh karena itu, tindakan korektif menjadi bagian penting dalam siklus pengawasan organisasi.³¹¹

³¹⁰ Sumarto Sumarto and Emmi Kholilah Harahap, “Mengembangkan Moderasi Pendidikan Islam Melalui Peran Pengelolaan Pondok Pesantren,” *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan* 4, no. 01 (2019): 21–30.

³¹¹ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). h. 149

Eksekusi pembenahan produk rilis siber yang bermasalah pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengawasan manajemen dari George R. Terry yang menegaskan bahwa bagian akhir dari fungsi pengawasan adalah mengambil tindakan korektif (*corrective action*) guna mengembalikan jalurnya pelaksanaan aktivitas sesuai dengan rencana yang seharusnya.³¹² Apabila dalam proses pengawasan oleh pimpinan atau staf kontrol ditemukan adanya penyimpangan berupa informasi tanggal pengumuman yang keliru atau kesalahan redaksional, Staf Bagian *Editing* secara responsif langsung melakukan penarikan kembali (*take-down*) materi rilis siber tersebut untuk segera direvisi sesuai standar keabsahan data yang benar.

Langkah intervensi darurat ini dipadukan bersama koordinasi administratif oleh Staf Surat Menyurat dan Protokoler yang secara cepat menerbitkan rilis klarifikasi resmi atau nota pembatalan apabila konten yang ditayangkan tidak sesuai dengan keputusan formal pimpinan rektorat.³¹³ Penegakan prosedur penanganan kesalahan rilis informasi ini dikunci di bawah aturan intervensi cepat Ketua Tim Humas yang mewajibkan ketidaksesuaian publikasi siber harus selesai diperbaiki dalam waktu kurang dari 30 menit setelah ditemukan. Batasan waktu penanganan darurat ini sejalan dengan teori *Reputation Management* dari Fombrun

³¹² Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

³¹³ Abdul Sahib et al., "Perceptions and Challenges of Hybrid Learning in Islamic Education: A Comparative Study of Lecturers and Students," *Journal of Teaching and Learning* 20, no. 2 (2026): 282–301.

yang menjelaskan bahwa kredibilitas institusi di ruang digital sangat bergantung pada kecepatan respons dalam menjaga keakuratan pesan.³¹⁴

Ditinjau dari perspektif manajemen pendidikan Islam, penegakan tindakan korektif yang responsif di IAIN Curup bertindak sebagai manifestasi teologis yang kuat dari prinsip *qawlan sadīdan* sebagaimana diamanatkan Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70. Makna *qawlan sadīdan* mewajibkan pengelola kehumasan digital untuk mengedepankan akurasi informasi dan integritas konten publikasi siber. Tindakan penarikan draf keliru (*take-down*) dan penayangan materi klarifikasi resmi yang sopan dilakukan sebagai wujud komitmen moral-keagamaan staf dalam memproduksi perkataan yang benar, jujur, serta bebas dari unsur penyesatan khalayak demi mempertahankan marwah lembaga perguruan tinggi Islam.

Pola tindakan korektif yang ketat ini mempertegas perbedaan posisi penelitian ini dengan kajian-kajian terdahulu. Jika pada penelitian dari Qurniawati, Mardani, dan Wulandari,³¹⁵ Patrianti,³¹⁶ maupun Handayani,³¹⁷ aspek penanganan konten keliru diletakkan murni sebatas tindakan teknis kepatuhan administratif demi memicu efisiensi kerja organisasi, maka penelitian di IAIN Curup berhasil membuktikan bahwa

³¹⁴ Charles J. Fombrun, *Reputatie Management* (Pearson Education, 2004). h. 38

³¹⁵ Eka Fitri Qurniawati et al., "The Circular Model of 'SOME' on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau," *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36. h. 230

³¹⁶ Tria Patrianti, "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta," *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42. h. 38

³¹⁷ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

perencanaan tindakan korektif siber dirancang sebagai bentuk tanggung jawab etika siber Islam yang bersumber dari ketakwaan guna menjaga kesucian informasi publik.

Data empiris ini didukung secara kuat oleh catatan observasi lapangan. Peneliti mengamati bahwa jika ditemukan adanya penyimpangan atau konten publikasi digital yang tidak sesuai standar formal institusi, tim Humas secara sigap mengambil tindakan korektif berupa penarikan ulang (*take-down*) konten guna mengembalikan arah aktivitas komunikasi ke jalur yang benar.

Penerapan tindakan korektif yang berbasis aturan intervensi cepat di bawah batas waktu 30 menit menunjukkan kematangan sistem kontrol informasi Humas IAIN Curup. Langkah penarikan draf bermasalah yang dipadukan dengan kepatuhan total seluruh staf terhadap nilai *qawlan sadīdan* terbukti efektif meredam potensi salah informasi, sehingga marwah dan nama baik kampus dapat dikawal secara konsisten di ruang siber.

h. Pelaporan / *Reporting* (Baru)

Pelaporan (*reporting*) merupakan proses penyampaian informasi mengenai hasil pelaksanaan kegiatan kepada pihak yang berwenang dalam organisasi. Dalam kehumasan digital, pelaporan mencakup seluruh aktivitas seperti produksi konten, publikasi, interaksi media sosial, serta hasil evaluasi kinerja yang telah dilakukan.

Melalui pelaporan yang baik dan sistematis, organisasi dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai pencapaian kerja serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan selanjutnya. Oleh karena itu, pelaporan memiliki peran penting dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas pengelolaan kehumasan digital.³¹⁸

Penyusunan dokumen akuntabilitas berkala pada unit Humas IAIN Curup merefleksikan teori pengawasan dari George R. Terry yang menegaskan bahwa indikator akhir dari pengawasan wajib memuat pelaporan (*reporting*) berupa penyajian data hasil pengawasan secara periodik sebagai bahan pertimbangan utama bagi pimpinan dalam pengambilan keputusan selanjutnya.³¹⁹ Ketua Tim Humas memformulasikan seluruh data analitik, grafik pertumbuhan media resmi, rekapitulasi monitoring isu, hingga rekapitulasi kendala teknis lapangan ke dalam dokumen resmi Laporan Akuntabilitas Kinerja Humas Bulanan dan Tahunan untuk dipresentasikan langsung di hadapan Kepala Biro AUAK.

Prosedur penyajian laporan formal ini diperkuat oleh prinsip kepemimpinan yang visioner menurut OECD, yang menjelaskan bahwa tata kelola institusi pendidikan yang matang secara digital memerlukan integrasi sistem monitoring berkala yang diserahkan tertulis kepada pimpinan rektorat sebagai dasar perumusan kebijakan strategis. Kepala

³¹⁸ T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2012). h. 374

³¹⁹ Terry, *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. h. 20

Biro AUAK mengonfirmasi bahwa setiap bulan pimpinan birokrasi menerima dokumen resume eksekutif dari Ketua Tim Humas. Laporan berkala ini diposisikan oleh rektorat sebagai basis data ilmiah (*evidence-based policy*) dalam mengambil keputusan makro institusi ke depan, seperti menentukan arah kebijakan anggaran DIPA tahun berikutnya, pengadaan fasilitas prasarana multimedia, maupun restrukturisasi kebijakan publikasi kampus.

Jika dikomparasikan dengan penelitian terdahulu, karakteristik penyusunan pelaporan berkala di IAIN Curup memiliki titik pembeda dengan penelitian dari Santy Handayani.³²⁰ Penelitian dari Santy Handayani memaparkan bahwa pelaporan hasil program media relations Humas Pemerintah Kota Medan ditujukan untuk mempertanggungjawabkan capaian publisitas kebijakan politik daerah kepada walikota. Persamaannya terletak pada pemanfaatan laporan berkala sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pimpinan tertinggi birokrasi. Pembedanya, laporan akuntabilitas Humas IAIN Curup memuat data komparasi infografis metrik siber (*Google Analytics dan Meta Suite*) yang bersentuhan langsung dengan siklus evaluasi kuota Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas, yang dianalisis secara rigid sebagai pertimbangan anggaran DIPA.

³²⁰ Santy Handayani, "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99. h. 95

Secara faktual, ketetapan prosedur ini terkonfirmasi lewat pengamatan lapangan peneliti. Peneliti mencatat dalam lembar observasi adanya prosedur penyajian data hasil pengawasan secara periodik, periodisasi bulanan, dan terstruktur yang diserahkan secara tertib kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan strategis rektorat.

Prosedur pelaporan (*reporting*) berkala kepada Kepala Biro AUAK menjamin ditegakkannya asas akuntabilitas birokrasi dan transparansi manajerial Islam. Dengan mentransformasikan data analitik digital menjadi dokumen resume eksekutif resmi, unit Humas berhasil menyediakan basis data ilmiah bagi pengambil kebijakan tertinggi kampus, sehingga penyusunan arah anggaran siber dan pengembangan fasilitas IAIN Curup pada tahun berikutnya dapat diputuskan secara akurat serta tepat sasaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, analisis data, dan pembahasan mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan di IAIN Curup, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*) program kehumasan berbasis digital di IAIN Curup diposisikan sebagai fungsi strategis-konseptual yang berakar kuat dari visi besar institut untuk menjadi perguruan tinggi Islam yang unggul dan kompetitif. Karakteristik perencanaan ditandai oleh adanya keselarasan strategis (*strategic alignment*) melalui pembagian klaster media publikasi, yaitu *core media* (website resmi) dan *engagement media* (media sosial resmi) untuk mengoptimalkan jangkauan promosi. Penargetan khalayak sasaran dilakukan secara objektif berbasis data demografis (*data-driven communication*) dengan memanfaatkan instrumen analitik siber (*Meta Insights, Google Analytics, Search Console*). Sasaran jangka pendek difokuskan untuk menyukseskan kuota Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), sedangkan sasaran jangka panjang diarahkan pada penguatan *digital branding* dan kepercayaan publik (*public trust*). Penentuan target hasil tersebut didukung penuh oleh penganggaran makro yang dikunci di dalam dokumen DIPA negara. Selain itu perencanaan diperkuat oleh penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) berlapis dari hulu ke hilir sebagai

perwujudan praktis dari nilai moral keagamaan Islam, yaitu prinsip *qawlan sadīdan* serta prinsip *tabayyun*.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) kehumasan digital di IAIN Curup diwujudkan melalui penataan wadah struktural, regulasi personalia, dan pembagian spesialisasi kerja yang jelas di bawah koordinasi formal Biro AUAK. Garis hierarki birokrasi formal ini menempatkan Ketua Tim Humas sebagai pusat laporan operasional yang memisahkan beban kerja staf ke dalam tiga klaster fungsional fungsional spesifik, yaitu klaster administrasi protokoler, klaster redaksional website, dan klaster tim kreatif media sosial, guna menghindari tumpang tindih kewenangan (*overlapping*). Pengelolaan SDM digital dijalankan melalui program peningkatan kapasitas terencana berbasis pelatihan sertifikasi kehumasan nasional yang didanai anggaran negara. Asas penempatan personalia (*staffing*) telah memenuhi kaidah *the right man on the right place* yang disahkan melalui penerbitan SK Kepala Biro AUAK berdasarkan kualifikasi kompetensi teknologi yang dikuasai masing-masing personel. Pemenuhan fasilitas teknologi material diposisikan sebagai prioritas belanja modal dengan menyediakan perangkat multimedia standar industri kreatif (*hardware spesifikasi tinggi dan software berlisensi*), didukung mekanisme koordinasi antar-unit (*cross-functional coordination*) satu pintu administrasi siber terpadu.
3. Pelaksanaan (*Actuating*) strategi komunikasi digital berjalan secara dinamis, partisipatif, dan responsif menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal yang harmonis. Aktivitas produksi konten multimoda harian

(teks berita jurnalistik siber, infografis, dan video pendek) dieksekusi secara taktis langsung dari lapangan mengoptimalkan perkakas multimedia modern. Publikasi informasi disebarluaskan secara terjadwal melalui multiplatform daring resmi (*website, Instagram, Facebook, YouTube, TikTok*) dengan memadukan teknik optimasi SEO dasar pada portal utama kampus agar rilis cepat terindeks di mesin pencari internet. Interaksi digital dikelola menuju model komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*) dengan memanfaatkan fitur kolom komentar, ruang pesan langsung (*direct message*), dan fitur *questions* media sosial sebagai sarana *customer service* akademis yang bersahabat. Tindakan korektif kedaruratan ditekankan pada aturan intervensi cepat di bawah batas waktu 30 menit melalui grup WhatsApp internal untuk mengeksekusi penarikan ulang (*take-down*) jika ditemukan kesalahan rilis. Pola pelaksanaan ini digerakkan oleh gaya kepemimpinan demokratis-partisipatif situasional Kepala Humas, didukung pemberian dorongan motivasi kerja berupa upah lembur operasional DIPA serta penghargaan moral di tingkat rapat rektorat.

4. Pengawasan (*Controlling*) diletakkan sebagai instrumen penjaminan mutu, akuntabilitas kinerja, serta evaluasi terhadap efektivitas sebaran informasi. Fungsi evaluasi bertumpu pada pelacakan data statistik analitik media sosial kuantitatif bulanan (*Meta Business Suite, Google Analytics*) sebagai alat ukur objektif pertumbuhan jangkauan (*reach*) dan angka keterikatan (*engagement rate*) khalayak. Monitoring reputasi dikendalikan secara melekat di bawah pengawasan langsung Ketua Tim Humas guna mendeteksi potensi krisis

komunikasi siber secara dini. Manajemen secara terbuka mengidentifikasi kendala teknis (fluktuasi jaringan, kapasitas server) dan kendala SDM (perubahan cepat algoritma) untuk diselesaikan lintas sektoral bersama Unit TIPD. Evaluasi dijalankan melalui penetapan standar kinerja (*KPI*) yang jelas, pengukuran capaian aktual bulanan, serta pelaksanaan analisis perbandingan (*comparison*) rencana awal terhadap hasil riil lapangan. Jika terjadi ketidaksesuaian formal atau kesalahan cetak, tindakan korektif berupa penarikan draf bermasalah (*take-down*) dan penerbitan klarifikasi resmi berbasis nilai *qawlan sadīdan* segera dilakukan. Rangkaian pengawasan ditutup dengan prosedur penyusunan pelaporan (*reporting*) berkala dokumen resume eksekutif kepada Kepala Biro AUAK sebagai bahan pertimbangan ilmiah (*evidence-based policy*) rektorat dalam mengambil keputusan makro institusi tahun berikutnya.

B. Implikasi

Temuan penelitian mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kehumasan di IAIN Curup memberikan konsekuensi serta dampak logis, baik dari sudut pandang konseptual akademis maupun tataran praktis operasional lembaga pendidikan tinggi Islam, sebagai berikut:

1. **Implikasi Konseptual-Akademis:** Temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital di lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) ditentukan oleh integrasi total antara kecakapan manajerial sekuler dengan nilai etika profetik Islam. Penataan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlapis serta ketatnya sistem

penapisan rilis berita dari hulu ke hilir membawa dampak bahwa kehumasan tidak lagi dipandang sebatas instrumen teknis pemoles citra, melainkan sebuah proses pertanggungjawaban moral yang sakral. Konsekuensi logis dari penerapan nilai *qawlan sadīdan* dan *tabayyun* di unit Humas adalah terciptanya standar baru penjaminan mutu komunikasi siber, di mana kebenaran objektif data akademik dan kesucian integritas informasi diposisikan di atas kuantitas publikasi, sehingga mampu memperkuat dasar teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen pendidikan Islam kontemporer.

2. **Implikasi Praktis-Operasional:** Secara praktis, penerapan kebijakan penunggalan pintu publikasi digital terpadu yang dikunci langsung di bawah garis komando Biro AUAK membawa dampak pada hilangnya tumpang tindih sebaran informasi dan ego sektoral antar-fakultas. Penempatan personel berbasis keahlian digital (*staffing*) yang dilegalkan melalui SK pimpinan, serta adanya kepastian dukungan finansial belanja modal di dalam DIPA negara, berimplikasi langsung pada tingginya efisiensi kerja tim kreatif saat operasional lapangan berlangsung. Lebih lanjut, transformasi data statistik bulanan (*Google Analytics* dan *Meta Suite*) menjadi dokumen resmi resume eksekutif memberikan dampak bagi pihak rektorat dalam memiliki basis data ilmiah yang valid (*evidence-based policy*) untuk merumuskan arah kebijakan strategis, restrukturisasi anggaran siber, serta mitigasi krisis reputasi institusi secara akurat pada periode mendatang.

C. Rekomendasi (Saran)

Berdasarkan potret hasil penelitian serta analisis kendala lapangan yang ditemukan selama proses pengawasan kehumasan digital berjalan, maka dirumuskan beberapa rekomendasi strategis bagi kemajuan lembaga ke depan, sebagai berikut:

1. Bagi Pimpinan IAIN Curup, Pihak pengambil kebijakan tertinggi direkomendasikan untuk mempertahankan serta meningkatkan alokasi pagu anggaran belanja modal di dalam dokumen DIPA khusus untuk unit Humas. Pendanaan ini diprioritaskan untuk pembaruan (*upgrade*) kapasitas server utama website kampus guna mengantisipasi kelambatan sistem (*overload*) saat musim puncak pendaftaran PMB. Selain itu, disarankan agar pimpinan merancang regulasi berupa pemberian beasiswa atau dana utusan dinas khusus bagi staf kreatif untuk mengikuti pelatihan sertifikasi kehumasan tingkat ahli (*advanced*) internasional, guna mempercepat pencapaian tingkat kematangan digital (*digital maturity*) institusi secara berkelanjutan. kemudian untuk melakukan penguatan sumber daya manusia kehumasan melalui penambahan personel atau koordinator humas pada setiap fakultas, lembaga, dan unit kerja di lingkungan IAIN Curup. Keberadaan staf humas pada masing-masing unit diharapkan mampu mempercepat proses pengumpulan informasi, dokumentasi, serta penyampaian materi publikasi kepada Unit Humas pusat sehingga seluruh aktivitas institusi dapat dipublikasikan secara lebih merata, cepat, dan berkesinambungan.

2. Bagi Pengelola Unit Humas IAIN Curup Ketua Tim Humas beserta jajaran staf pelaksana disarankan untuk menyusun panduan tertulis (*modul etika siber*) yang mengintegrasikan aspek hukum UU ITE dengan nilai profetik *qawlan sadīdan* dan *tabayyun* secara praktis. Dari aspek operasional media, disarankan untuk melakukan diversifikasi format konten visual pada media *TikTok* dan *Instagram* melalui pemanfaatan fitur interaktif yang lebih adaptif, seperti mengoptimalkan jadwal siaran langsung (*live streaming*) interaktif mingguan bersama pimpinan fakultas atau alumni. Langkah ini direkomendasikan untuk mendongkrak angka keterlibatan publik (*engagement rate*), merespons pertanyaan calon mahasiswa secara *real-time*, serta memperkuat posisi website resmi institusi sebagai pusat informasi siber (*official digital hub*) yang otoritatif. Disamping itu disarankan untuk mengembangkan sistem informasi atau aplikasi terintegrasi yang mampu mengakomodasi seluruh agenda dan kegiatan institusi. Sistem tersebut diharapkan menjadi pusat informasi digital yang menghubungkan setiap unit kerja dengan Unit Humas, sehingga setiap kegiatan yang diselenggarakan di lingkungan IAIN Curup dapat terdokumentasi secara otomatis, mudah dipantau, serta terintegrasi dengan website resmi dan berbagai platform media sosial institusi guna meningkatkan efektivitas publikasi dan pelayanan informasi kepada masyarakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian kualitatif lapangan ini direkomendasikan untuk dijadikan rujukan data fakta awal bagi para akademisi yang tertarik mendalami bidang transformasi digital sektor publik

di bawah naungan Kementerian Agama. Mengingat penelitian ini terbatas pada ruang lingkup fungsi POAC dan analisis interaksi digital secara makro, peneliti berikutnya disarankan untuk membuka peluang pengembangan studi lanjutan yang lebih spesifik, seperti analisis efektivitas teknik *Search Engine Optimization* dalam memengaruhi keputusan calon mahasiswa memilih perguruan tinggi keagamaan, pengaruh tingkat literasi digital staf terhadap produktivitas kinerja publikasi, maupun pengembangan model kuantitatif mengenai korelasi *Social Media Engagement* terhadap penguatan citra institusi Islam di tingkat persaingan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Breakenridge, Deirdre. *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*. Pearson Education, 2012.
- Breakenridge, Deirdre. *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*. Pearson Education, 2012.
- Cen, Cia Cai. *Pengantar Manajemen*. PT Inovasi Pratama Internasional, 2023.
- Coleman, Renita, Maxwell McCombs, Donald Shaw, and David Weaver. "Agenda Setting." In *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge, 2009. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203877685-20/agenda-setting-renita-coleman-maxwell-mccombs-donald-shaw-david-weaver>.
- Creswell, John W. *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset Edisi 3*. Pustaka Pelajar, 2015.
- Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Sage publications, 2016.
- Cutlip, Scott M., Allen Center, and M. Glen Broom. "Public Relations." *Theory and Practice [Pablik Rilejshenz. Teorija i Praktika]*. Moscow: Vil'jams, 2003.
- Dozier, David M., Larissa A. Grunig, and James E. Grunig. *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*. Routledge, 2013.
- Fayol, Henri. *General and Industrial Management*. Ravenio Books, 2016.
- Fombrun, Charles J. *Reputatiemanagement*. Pearson Education, 2004.
- Gamar, Nur, and Putriani L. Maliki. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Penerbit NEM, 2025.
- Grunig, James E., and Larissa A. Grunig. "Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future." In *Public Relations Research*, edited by Ansgar Zerfass, Betteke Van Ruler, and Krishnamurthy Sriramesh. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90918-9_22.
- Grunig, James E., Larissa A. Grunig, and David M. Dozier. "The Excellence Theory." *Public Relations Theory II*, 2006, 21–62.
- Hadi, Amirul, and Haryono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia, 1998.

- Handayani, Santy. "Penerapan Program Media Relations Oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]* 3, no. 1 (2023): 89–99.
- Hasibuan, Malayu SP. *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. 2007. <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=8654&lokasi=lokal>.
- Kane, Gerald C., Doug Palmer, Anh Nguyen-Phillips, David Kiron, and Natasha Buckley. "Achieving Digital Maturity." *MIT Sloan Management Review* 59, no. 1 (2017). <https://www.truevaluemetrics.org/DBpdfs/Initiatives/MITSloan/MITSMR-59180-Deloitte-Digital-Report-2017.pdf>.
- Kane, Gerald C., Doug Palmer, Anh Nguyen Phillips, David Kiron, and Natasha Buckley. "Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation." *MIT Sloan Management Review*, 2015. <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Higher Education and the Digital Revolution: About MOOCs, SPOCs, Social Media, and the Cookie Monster." *Business Horizons* 59, no. 4 (2016): 441–50.
- Kent, Michael L., and Maureen Taylor. "Toward a Dialogic Theory of Public Relations." *Public Relations Review* 28, no. 1 (2002): 21–37.
- Khoirunnisak, Cindy Muawanah, Irzum Fariyah, and Ihya Nur Syamsiani. "Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra IAIN Kudus Sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan Di Era Digital." *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 186–97.
- Kotler, Philip. *A Framework for Marketing Management*. Pearson Education India, 2004.
- Lieyani, Yanezra, Liza Natalia, and Bradley Setiyadi. "Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan Serta Peningkatan Citra Lembaga." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25, no. 1 (2025): 695–700.
- Men, Linjuan Rita, and Wan-Hsiu Sunny Tsai. "Public Engagement with CEOs on Social Media: Motivations and Relational Outcomes." *Public Relations Review* 42, no. 5 (2016): 932–42.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Ningrat, Koentjara. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Gramedia, 2002.

- Nugraha, Joko Tri, and Eny Boedi Orbawati. *Manajemen Pelayanan Publik*. Stiletto Book, 2025.
- Parmentier, Marie-Agnès, and Eileen Fischer. “Working It: Managing Professional Brands in Prestigious Posts.” *Journal of Marketing* 85, no. 2 (2021): 110–28. <https://doi.org/10.1177/0022242920953818>.
- Patrianti, Tria. “Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta.” *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 34–42.
- Qurniawati, Eka Fitri, Puri Bestari Mardani, and Happy Wulandari. “The Circular Model of ‘SOME’ on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau.” *Profesi Humas* 8, no. 2 (2024): 216–36.
- Rader, David. “Digital Maturity—the New Competitive Goal.” *Strategy & Leadership* 47, no. 5 (2019): 28–35.
- Ramadhany, Ridha, Rustiyana Rustiyana, Erfina Rianty, Sentot Eko Baskoro, Inkreswari Retno Hardini, and Merri Anitasari. *Transformasi Digital Sektor Publik*. Star Digital Publishing, 2025.
- Ridwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabet, 1989.
- Robbins, Stephen P., Mary Coulter, and Adi Maulana. *Manajemen Jilid 1*. 2016. https://lib.unib.ac.id/index.php?p=show_detail&id=30934&keywords=.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi*. 2012. <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=49229&lokasi=lokal>.
- Salim, Agus. *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana, 2006.
- Silverman, Deborah A., and Ronald D. Smith. *Strategic Planning for Public Relations*. Routledge, 2024. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003348467/strategic-planning-public-relations-ronald-smith-deborah-silverman>.
- S.Nasution. *Pengantar Metodologi Research*. Rajawali Press, 1996.
- Sugiyono, P. D. “Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan).” *Metode Penelitian Pendidikan* 67 (2019): 18.
- Suratman, Winarto. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Metode Dan Teknik*. Tarsito, 1990.

Terry, George R. *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara, 2021.

Terry, George R., and Leslie W. Rue. “Dasar-Dasar Manajemen (Terjemahan: GA Ticoalu).” *Jakarta: Bina Aksara*, 2000.

Verhoef, Peter C., Thijs Broekhuizen, Yakov Bart, et al. “Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda.” *Journal of Business Research* 122 (2021): 889–901.

Zerfass, Ansgar, Dejan Verčič, and Markus Wiesenberger. “Managing CEO Communication and Positioning: A Cross-National Study among Corporate Communication Leaders.” *Journal of Communication Management* 20, no. 1 (2016): 37–55.

Zerfass, Ansgar, Sophia Charlotte Volk, and Patricia Moy. *Communication Management*. Oxford University Press, 2020.
<https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/228685/>.

LAMPIRAN

Instrumen Penelitian**Judul “Pemanfaatan Teknologi Digital Manajemen Kehumasan Iain Curup”****PEMBIMBING:****1. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I****2. Dr. Emmi Kholilah Harahap, M.Pd.I****PEDOMAN WAWANCARA**

Nama Informan: Tim Humas IAIN Curup

Jabatan/Peran:

Tanggal Wawancara:

Lokasi Wawancara: IAIN Curup

No	Indikator	Sub-Indikator	Pertanyaan Penelitian	Catatan
1	Planning (Perencanaan)	Strategi Komunikasi Digital	Bagaimana IAIN Curup menyusun langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk publikasi?	
		Perencanaan Konten	Bagaimana proses penentuan tema dan jadwal konten untuk website serta media sosial resmi?	
		Penetapan Target Audiens	Bagaimana teknologi digunakan untuk memetakan calon mahasiswa atau publik yang disasar?	
		Indikator Keberhasilan	Apa standar digital (misal: jumlah pengunjung web) yang ditetapkan sebagai ukuran sukses?	
		Penetapan Visi dan Misi (Baru)	Bagaimana visi dan misi besar IAIN Curup menjadi landasan	

			utama dalam menentukan arah kebijakan komunikasi digital?	
		Perumusan Sasaran (Objectives) (Baru)	Apa saja hasil spesifik yang ingin dicapai melalui media digital (seperti peningkatan pendaftar atau citra positif) dalam periode tertentu?	
		Penyusunan Strategi (Baru)	Kebijakan besar apa yang diambil oleh pimpinan untuk memastikan teknologi digital benar-benar mencapai target organisasi?	
		Penganggaran (Budgeting) (Baru)	Bagaimana alokasi sumber daya finansial (anggaran) dan material disediakan untuk menunjang setiap tahapan kegiatan digital?	
		Standar Operasional Prosedur (SOP) (Baru)	Bagaimana urutan kerja baku yang ditetapkan untuk menjamin konsistensi dan profesionalisme dalam pengelolaan konten digital?	
		Penetapan Visi dan Misi (Baru)	Bagaimana visi dan misi besar IAIN Curup menjadi landasan utama dalam menentukan arah kebijakan komunikasi digital?	
2	Organizing (Pengorganisasian)	Struktur Tim Humas Digital	Bagaimana pembagian tugas khusus pengelola IT, desainer, dan penulis berita di humas IAIN Curup?	
		Pengelolaan SDM Digital	Bagaimana pimpinan mengelola staf agar terampil dalam mengoperasikan perangkat teknologi digital?	
		Fasilitas Teknologi	Apa saja sarana digital (software/hardware) yang disediakan untuk menunjang kerja humas?	
		Struktur Organisasi (Baru)	Bagaimana bentuk kerangka formal atau struktur organisasi yang mengatur hubungan pelaporan dan saluran komunikasi antar unit di Humas?	

		Pembagian Tugas / Job Description (Baru)	Bagaimana rincian tugas (job desk) setiap personel disusun untuk memastikan tidak terjadi tumpang tindih kewenangan dalam pengelolaan media digital?	
		Pendelegasian Wewenang (Baru)	Sejauh mana pimpinan memberikan wewenang dan tanggung jawab pengambilan keputusan (misal: membalas komentar atau mengunggah berita mendesak) kepada bawahan?	
		Penempatan Personalia / Staffing (Baru)	Bagaimana proses penempatan staf dilakukan untuk memastikan prinsip the right man on the right place terpenuhi berdasarkan keahlian teknologi mereka?	
		Koordinasi Antar Unit (Baru)	Bagaimana mekanisme penyelarasan aktivitas dilakukan antara tim Humas dengan unit lain di IAIN Curup agar tercipta sinergi dalam publikasi institusi?	
3	Actuating (Pelaksanaan)	Produksi Konten Digital	Bagaimana praktik nyata pembuatan konten harian (video/berita) dilakukan menggunakan teknologi?	
		Publikasi (Web & Sosmed)	Bagaimana proses teknis pengunggahan informasi agar menjangkau publik secara luas dan cepat?	
		Interaksi Digital	Bagaimana humas memanfaatkan fitur chat atau komentar untuk berinteraksi dengan masyarakat?	
		Tindakan Korektif	Bagaimana langkah perbaikan yang diambil jika terdapat konten yang tidak efektif atau masalah teknis?	
		Kepemimpinan / Leadership (Baru)	Bagaimana gaya kepemimpinan kepala humas dalam membimbing dan memengaruhi staf agar bekerja sesuai standar publikasi digital yang ditetapkan?	

		Motivasi / Motivating (Baru)	Apa bentuk dorongan (materiil atau non-materiil) yang diberikan pimpinan agar tim kreatif/medsos tetap semangat dan produktif dalam menghasilkan konten?	
		Komunikasi / Communication (Baru)	Bagaimana alur penyampaian instruksi dan umpan balik (feedback) antara atasan dan bawahan berlangsung untuk menghindari kesalahan informasi di media digital?	
		Pemberian Instruksi / Directing (Baru)	Bagaimana pimpinan memberikan penjelasan teknis mengenai tata cara pelaksanaan tugas harian agar setiap personel memahami tanggung jawabnya dengan jelas?	
		Koordinasi Lapangan (Baru)	Bagaimana sinkronisasi antar anggota tim dilakukan di lapangan saat operasional berlangsung (misal: saat liputan acara besar) agar penggunaan waktu dan tenaga tetap efisien?	
4	Controlling (Pengawasan)	Analitik Media Sosial	Bagaimana penggunaan fitur insight atau statistik digital untuk mengevaluasi kinerja humas?	
		Monitoring Reputasi	Bagaimana cara memantau komentar atau berita terkait IAIN Curup di ruang digital?	
		Identifikasi Kendala	Apa saja hambatan teknis atau sumber daya yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi digital?	
		Penetapan Standar Kinerja (Baru)	Apa saja tolok ukur atau kriteria keberhasilan (seperti target jumlah pengikut atau kecepatan respon chat) yang ditetapkan sebagai acuan penilaian kerja humas?	
		Pengukuran Hasil Kerja (Baru)	Bagaimana proses pengumpulan data capaian aktual dilakukan (misal: laporan bulanan jangkauan postingan) untuk	

			melihat hasil nyata dari kerja tim digital?	
		Pembandingan / Comparison (Baru)	Bagaimana cara tim humas membandingkan hasil kerja nyata di lapangan dengan rencana atau target awal yang telah disusun di tahap perencanaan?	
		Tindakan Korektif (Baru)	Langkah perbaikan apa yang segera diambil apabila ditemukan penyimpangan atau konten yang tidak sesuai standar guna mengembalikan aktivitas ke jalur yang benar?	
		Pelaporan / Reporting (Baru)	Bagaimana prosedur penyajian data hasil pengawasan secara periodik kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ke depan?	

PEDOMAN OBSERVASI

Fokus / Indikator	Aspek yang Diamati	Catatan Pengamatan	Hasil
Planning (Perencanaan)	IAIN Curup menyusun langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk publikasi.		
	proses penentuan tema dan jadwal konten untuk website serta media sosial resmi.		
	teknologi digunakan untuk memetakan calon mahasiswa atau publik yang disasar.		
	standar digital (misal: jumlah pengunjung web) yang ditetapkan sebagai ukuran sukses.		
	visi dan misi besar IAIN Curup menjadi landasan utama dalam menentukan arah kebijakan komunikasi digital.		
	hasil spesifik yang ingin dicapai melalui media digital (seperti peningkatan pendaftar atau citra positif) dalam periode tertentu.		
	Kebijakan besar yang diambil oleh pimpinan untuk memastikan teknologi		

	digital benar-benar mencapai target organisasi	
	alokasi sumber daya finansial (anggaran) dan material disediakan untuk menunjang setiap tahapan kegiatan digital.	
	urutan kerja baku yang ditetapkan untuk menjamin konsistensi dan profesionalisme dalam pengelolaan konten digital.	
	visi dan misi besar IAIN Curup menjadi landasan utama dalam menentukan arah kebijakan komunikasi digital.	
Organizing (Pengorganisasian)	pembagian tugas khusus pengelola IT, desainer, dan penulis berita di humas IAIN Curup.	
	Pimpinan mengelola staf agar terampil dalam mengoperasikan perangkat teknologi digital.	
	Sarana digital (software/hardware) yang disediakan untuk menunjang kerja humas.	
	Bentuk kerangka formal atau struktur organisasi yang mengatur hubungan pelaporan dan saluran komunikasi antar unit di Humas?	
	Rincian tugas (job desk) setiap personel disusun untuk memastikan tidak terjadi tumpang tindih kewenangan dalam pengelolaan media digital.	
	pimpinan memberikan wewenang dan tanggung jawab pengambilan keputusan (misal: membalas komentar atau mengunggah berita mendesak) kepada bawahan.	
	Proses penempatan staf dilakukan untuk memastikan prinsip the right man on the right place terpenuhi berdasarkan keahlian teknologi mereka.	
	Mekanisme penyaluran aktivitas dilakukan antara tim Humas dengan unit lain di IAIN Curup agar tercipta sinergi dalam publikasi institusi.	
Actuating (Pelaksanaan)	Praktik nyata pembuatan konten harian (video/berita) dilakukan menggunakan teknologi.	
	Proses teknis pengunggahan informasi agar menjangkau publik secara luas dan cepat.	

	Humas memanfaatkan fitur chat atau komentar untuk berinteraksi dengan masyarakat.	
	Langkah perbaikan yang diambil jika terdapat konten yang tidak efektif atau masalah teknis.	
	Gaya kepemimpinan kepala humas dalam membimbing dan memengaruhi staf agar bekerja sesuai standar publikasi digital yang ditetapkan?	
	Apa bentuk dorongan (materiil atau non-materiil) yang diberikan pimpinan agar tim kreatif/medsos tetap semangat dan produktif dalam menghasilkan konten.	
	Alur penyampaian instruksi dan umpan balik (feedback) antara atasan dan bawahan berlangsung untuk menghindari kesalahan informasi di media digital?	
	Pimpinan memberikan penjelasan teknis mengenai tata cara pelaksanaan tugas harian agar setiap personel memahami tanggung jawabnya dengan jelas.	
	Sinkronisasi antar anggota tim dilakukan di lapangan saat operasional berlangsung (misal: saat liputan acara besar) agar penggunaan waktu dan tenaga tetap efisien.	
	Controlling (Pengawasan)	penggunaan fitur insight atau statistik digital untuk mengevaluasi kinerja humas.
		Memantau komentar atau berita terkait IAIN Curup di ruang digital.
		Hambatan teknis atau sumber daya yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi digital.
		Tolok ukur atau kriteria keberhasilan (seperti target jumlah pengikut atau kecepatan respon chat) yang ditetapkan sebagai acuan penilaian kerja humas.
		Proses pengumpulan data capaian aktual dilakukan (misal: laporan bulanan jangkauan postingan) untuk melihat hasil nyata dari kerja tim digital.

	Tim humas membandingkan hasil kerja nyata di lapangan dengan rencana atau target awal yang telah disusun di tahap perencanaan.	
	Langkah perbaikan yang segera diambil apabila ditemukan penyimpangan atau konten yang tidak sesuai standar guna mengembalikan aktivitas ke jalur yang benar.	
	Prosedur penyajian data hasil pengawasan secara periodik kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ke depan	

PEDOMAN DOKUMENTASI

No	Fokus / Indikator	Jenis Dokumen yang Dikumpulkan	Ketersediaan (Ada/Tidak)	Keterangan / Sumber Data
1	Planning (Perencanaan)	Rencana Strategis (Renstra) IAIN Curup terkait Komunikasi.		Bagian Perencanaan / Humas
		Program Kerja Tahunan/Bulanan Unit Humas.		Dokumen Internal Humas
		Kalender Konten (Editorial Calendar) Medsos/Web.		File Digital (Excel/Apps)
		Dokumen Penetapan Target Capaian Humas Digital.		Notulensi Rapat
2	Organizing (Pengorganisasian)	SK Struktur Organisasi Humas (di bawah Biro AUAK).		Bagian Kepegawaian / Humas
		Uraian Tugas (Job Description) Staf Humas Digital.		Dokumen SK / Tata Kerja
		Daftar Inventaris Alat (Kamera, PC, Laptop, Alat Podcast).		Inventaris BMN IAIN Curup

		Profil SDM Humas (Latar belakang pendidikan/keahlian).		Data Kepegawaian
3	Actuating (Pelaksanaan)	Arsip Berita Website (Print-out/Screenshot Beranda).		www.iaincurup.ac.id
		Arsip Konten Medsos (Instagram, FB, TikTok, YouTube).		Akun Resmi IAIN Curup
		SOP (Standar Operasional Prosedur) Publikasi Digital.		Pedoman Kerja Humas
		Dokumentasi Kegiatan (Foto/Video produksi konten).		Galeri Humas
4	Controlling (Pengawasan)	Laporan Statistik Bulanan (Insight IG/FB, Analitik Web).		Screenshot Dashboard Admin
		Kliping Berita Media Online terkait IAIN Curup.		Arsip Monitoring Media
		Laporan Kinerja Tahunan Unit Humas.		Laporan Akuntabilitas (LAKIP)
		Catatan Evaluasi/Revisi Konten dan Penanganan Isu.		Buku Kendali / Log Digital

LAMPIRAN

DOKUMENTASI PENELITIAN (Wawancara peneliti dengan Staf Humas)





Wawancara Peneliti dengan Ketua Tim Humas IAIN Curup





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP**

Jl. Dr. Ak. Gani 1 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: edmin@iaincurup.ac.id

SURAT KETERANGAN

No. 01 /In.34/ /HM.0106/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Tim Humas IAIN Curup, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rosca Furgeri
NIM : 24861017
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Dinyatakan benar telah melakukan penelitian dengan judul " Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup" pada bulan Maret s/d Mei Tahun 2026.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 4 Juni 2026
Ketua Tim Humas

Dr. Ibnu Amin, S.Ag., M.A
NIP. 19781128 200312 1 005





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 012/In.34/WR.I/PP.00.9/02/2026

Menindak lanjuti Surat Direktur Pascasarjana IAIN Curup tanggal 23 Februari 2026 perihal Permohonan Izin Penelitian.

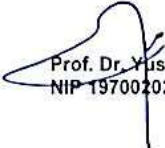
Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama Rektor Institut Agama Islam Negeri Curup, Wakil Rektor I IAIN Curup memberi **IZIN** atau pelaksanaan penelitian di lingkungan IAIN Curup yang dilaksanakan :

Nama	: Rosea Furgery
NIM	: 24861017
Program Studi	: MPI S2
Penanggung Jawab	: Direktur Pascasarjana
Maksud dan Tujuan Penelitian	: Penulisan Tesis
Judul	: Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup
Lokasi/Tempat Penelitian	: IAIN Curup

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

- Pelaksanaan penelitian tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu ketenangan dan ketertiban di lingkungan IAIN Curup;
- Sebelum melaksanakan Penelitian /Survey langsung kepada reponden, harus terlebih dahulu melaporakan kepada kepala bagian / sub bagian / Lembaga/ pusat dan unit di lingkungan IAIN Curup;
- Setelah Penelitian /Survey selesai, supaya menyerahkan hasil kepada Rektor IAIN Curup
- Apabila dalam jangka waktu tertentu hasil Penelitian/Survey belum dikirim Rektor IAIN Curup, maka kepada penanggungjawab / Direktur Pascasarjana yang bersangkutan berkewajiban mengirimkan hasil penelitian/ survey tersebut diatas.

Curup, 27 Februari 2026
A.n. Rektor
Wakil Rektor I


Prof. Dr. Yusefri, M.Ag
NIP 19700202 199803 1 007

Tembusan :

1. Wakil Rektor IAIN Curup
2. Kepala Biro AUAK IAIN Curup
3. Dekan Fakultas di Lingkungan IAIN Curup
4. Kepala Lembaga di Lingkungan IAIN Curup
5. Kepala Bagian di Lingkungan IAIN Curup
6. Kepala Sub Bagian di Lingkungan IAIN Curup
7. Kepala Unit di Lingkungan IAIN Curup



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
PROGRAM PASCASARJANA**

Jl. Setia Negara No 1 Kotak Pos 108 (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: pascasarjana.iaincurup@gmail.com

**KEPUTUSAN
DIREKTUR PASCASARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
Nomor : 132 /In.34/PCS/PP.00.9/02/2026**

**Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN II DALAM PENULISAN TESIS
PROGRAM MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA (S2) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP**

- Menimbang** :
- Bahwa untuk kelancaran penulisan Tesis mahasiswa, perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
 - Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai Pembimbing I dan II;
- Mengingat** :
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup;
 - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
 - Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan, Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 019558/B.II/3/2022 tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
 - Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 6271 Tanggal 05 November 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Program Pascasarjana (S2) Pada STAIN Curup;
 - Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor 1195/In.34/R/Kp.07.05/09/2023 tentang Pengangkatan Direktur Pascasarjana IAIN Curup.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : Saudara

- Pertama** :
1. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I NIP 19750415 200501 1 009
 2. Dr. Emmi Kholilah Harahap, M.Pd.I NIP 19900324 202012 2 004

Dosen Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan II dalam penulisan Tesis mahasiswa:

NAMA : Rosea Furgeri
NIM : 24861017
JUDUL TESIS : Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup

- Kedua** : Proses Bimbingan dengan Pembimbing I dan Pembimbing II dilakukan 10 kali dan dapat dibuktikan dengan Kartu Bimbingan Tesis;
- Ketiga** : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan konten Tesis. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat** : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam** : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah Tesis tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh** : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku.



- Tembusan**
1. Rektor IAIN Curup;
 2. Bendahara IAIN Curup;
 3. Kasubag TU Pascasarjana IAIN Curup;
 4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup;
 5. Pembimbing I dan II;
 6. Mahasiswa yang bersangkutan;
 7. Arsip Pascasarjana IAIN Curup.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
PROGRAM PASCASARJANA**

Jl. Ar-Raniry 1 Kota Pks 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: www.pascasarjana.iaincurup.ac.id

Nomor: 222/In 34/PCS/TP 00 9/02/2026
Sifat: Penting
Lampiran: -
Hal: Rekomendasi Izin Penelitian

23 Februari 2026

Yth. Rektor IAIN Curup
Cc. Wakil Rektor I

di-
Tempat

Dalam rangka penyusunan Tesis S 2 pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Nama : Rosea Furgery
NIM : 24861017
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Tesis : Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup
Waktu Penelitian : 23 Februari 2026 s.d 23 Juli 2026

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan

Demikianlah atas kerjasama dan izinnya diucapkan terima kasih.



Prof. Dr. Hamengkubuwono, M.Pd.
NIP. 196308261999031001

Tembusan
1. Wakil Rektor I Bidang Akademik IAIN Curup
2. Mahasiswa Ybs
3. Arsip

CURRUCULUM VITAE



Rosea Furgeri, lahir di Curup pada tanggal 17 November 1983. Saat ini, ia merupakan mahasiswa Pascasarjana Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Penulis memiliki ketertarikan pada bidang manajemen pendidikan Islam, khususnya manajemen kelembagaan, kehumasan pendidikan, dan pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan efektivitas tata kelola institusi pendidikan.

Penulis meyakini bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola komunikasi organisasi, sehingga lembaga pendidikan dituntut mampu mengelola informasi secara profesional, transparan, dan adaptif sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Tesis yang berjudul **"Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Manajemen Kehumasan IAIN Curup"** merupakan wujud kontribusi akademik penulis dalam mengkaji bagaimana teknologi digital dimanfaatkan sebagai instrumen strategis untuk mendukung fungsi manajemen kehumasan di perguruan tinggi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktik pengelolaan hubungan masyarakat berbasis digital serta menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi kelembagaan yang lebih efektif, inovatif, dan berorientasi pada peningkatan citra institusi.