

**PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA OLEH HUMAS IAIN
CURUP DALAM MENYEBERLUASKAN INFORMASI
KEPADA MASYARAKAT
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



OLEH :

SINTIA MONIKA

NIM. 20521069

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

2024



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website/facebook/Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwa IAIN Curup Email:
Fakultasushuludinadabdandakwah@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 512 /In.34/FU/PP.00.9/02/2024

Nama : SINTIA MONIKA
NIM : 20521069
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pemanfaatan Sosial Media Oleh Humas Iain Curup Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Senin, 08 Juli 2024
Pukul : 12.00 s/d 13.00 WIB
Tempat : Aula Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Curup, 12 Februari 2024

TIM PENGUJI

Ketua

Anrial, M.A

NIP 198101032023211012

Sekretaris

Femalia Valentia, M.A

NIP 198801042020121004

Penguji I

Dita Verolyna, M.I.Kom

NIP 198512162019032004

Penguji II

Intan kurnia syaputri, M.A

NIP 199208312020122001

Mengesahkan
Dekan



Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I

NIP 197501122006041009

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat Skripsi atas nama :

Nama : Sintia Monika

NIM : 20521069

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pemanfaatan Sosial Media Oleh Humas Iain Curup Dalam Menyebarluaskan Informasi Kepada Masyarakat

Sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Demikian permohonan ini kami ajukan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Curup, juni 2024

Mengetahui

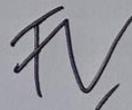
Pembimbing I



Anrial, MA

NIP. 198101012023211021

Pembimbing II



Femalia valentine, M.A

NIP. 198801042020122002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sintia Monika
NIM : 20521069
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di ajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 05 Mei 2024

Penulis,

Materai 10.000

Sintia Monika

NIM. 20521069

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum warahmatullahiwabaraktu

Alhamdulillahirobbil Al-lamin, Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayahnya yang senantiasa dilimpakan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "*pemanfaatan sosial media oleh humas IAIN Curup dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.*" Sebagai syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi komunikasi dan penyiaran islam fakultas ushuluddin adab dan dakwah.

Kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ataupun hasil dari skripsi ini merupakan hal yang tidak dapat penulis hindari, karena keterbatasan akan kemampuan dan pengetahuan penulis, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran serta gagasan yang bersifat membangun dalam menyempurnakan makna dan isi yang terkandung dalm tugas akhir ini, sehingga kedepannya dapat dimanfaatkan dan berguna bagi orang lain.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya izin dari allah SWT. Dan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dengan kesadaran dan kerendahan hati kepada:

1. Bapak prof. Dr. Idi Warsah.,M.Pd.I selaku rektor institut agama islam negeri curup.
2. Bapak Dr. Yusefri.,M.Ag. selaku wakil rektor I institut agama islam negeri curup.
3. Bapak Dr.Muhammad Istan.,M.Pd.M.M, selaku wakil rektor II institut agam islam negeri curup.
4. Bapak Dr.H.Nelson.,S.Ag.,M.Pd.I, selaku wakil rektor III institut agama islam negeri curup.

5. Bapak Dr.Fakhruddin., S.Ag.,M.Pd.I, selaku dekan fakultas ushuluddin adab dan dakwah.
6. Bapak Rhoni Rodin., M.Hum, selaku wakil dekan I fakultas ushuluddin adab dan dakwah.
7. Bapak Dr. Taqiyudin.,M.Pd.I, selaku wakil dekan II fakultas ushuluddin adab dan dakwah.
8. Ibu Intan Kurnia Syaputri,M.A, selaku program studi komunikasi dan penyiaran islam.
9. Bapak Anrial., M.A, selaku dosen pembimbing I.
10. Ibu Femalia Valentine, M.A, selaku dosen pembimbing II.
11. Seluruh dosen dan staf, khususnya dosen pada program studi komunikasi dan penyiaran islam, fakultas ushuluddin adab dan dakwah.
12. Kepada seluruh anggota humas IAIN Curup atas izin dan kesediaan nya untuk memberikan informasi.
13. Kepada Pandes Al-aksar, M.Sos atas kesediannya membantu mengarahkan dalam penulisan skripsi ini

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang dilakukan dalam proses penulisan skripsi, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Curup, 05 Mei 2024

Penulis,

SINTIA MONIKA

NIM. 20521069

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud syukurku sembahkan kepadamu allah, tuhan yang maha agung dan maha tinggi. atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, bersabar dan bersyukur. Dan teruntuk baginda nabi muhammad SAW yang selalu terharapkan syafa'atnya di yaumul akhir nanti. Dan segenap ketulusan hati, penulis mempersembahkan karya ini untuk mereka yang selalu diharapkan abadi di dalam kehidupan yang akan penulis jalani di setiap sisa hidup yang maha pencipta beri, oleh karena itu skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis, abah saya (Faisal Efendi) dan mamak (Siti Masita) ucapan terimakasih yang tak terhingga yang sangat penulis percaya atas do'a yang tidak pernah putus, yang sudah sangat berjuang tentang apa saja yang saya butuhkan sedari kecil sampai saya bisa menempuh dan menyelesaikan pendidikan S1 saya, dan selalu mendukung, menasehati penuh mengenai pendidikan yang penulis pilih. Semoga allah SWT selalu memberikan keselamatan, kemudahan, dan kesehatan untuk orang yang terhebat di hidup penulis (aba dan mamak), dan semoga apa yang di harapkan akan menetap selamanya aamiin.
2. Kepada (nenek & kakek) serta segenap keluarga saya yang sudah sangat mendukung saya dalam hal pendidikan, yang

selalu mendoakan saya untuk keberhasilan saya kedepannya.

3. Bapak Anrial, M.A selaku pembimbing I dan Ibu Femalia Valentine, M.A selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga serta kesabaran dalam membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Terimakasih selanjutnya untuk kawan kawan seperjuangan saya di prodi komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2020 yang banyak memberi pengalaman dan pembelajaran yang sangat berarti selama di bangku perkuliahan.
5. Dan untuk semua pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu saya juga mengucapkan terimakasih atas semua dukungannya, dan semoga perjuangan yang masih kalian lalui dimudahkan oleh Allah SWT.

MOTTO

***“YANG KAU LAKUKAN HARI INI ADALAH PENENTU MASA
DEPANMU”***

ABSTRAK

Pemanfaatan Sosial Media Oleh Humas IAIN Curup Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat

Sintia Monika
20521069

Humas memainkan peran penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat yang mencakup strategi pengelolaan informasi yang efektif untuk memastikan komunikasi yang jelas dan tepat. Humas memiliki pemahaman yang mendalam tentang audiens mereka yang mengembangkan pesan yang tepat dan menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarkan informasi dengan efektif yang melibatkan strategi seperti pemantauan media sosial, keterlibatan dengan pers dan mengatur pers serta publik lainnya serta memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai dan visi lembaga.

Penelitian ini mengambil fokus permasalahan pemanfaatan sosial media oleh humas IAIN Curup dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan apa saja kendala humas IAIN Curup dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan penelitian dilakukan di humas IAIN Curup. penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif data nya diperoleh dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Manajemen humas IAIN Curup sudah mulai berjalan dengan baik, tetapi informasi yang di posting melalui beberapa media sosial belum termanajemen dengan baik, karna masih ada perbedaan postingan yang di share melalui beberapa media sosial. Hal itu disebabkan oleh kekurangan sumber daya manusia (SDM) dan keterbatasan waktu.

Kata Kunci: Humas, IAIN, informasi, Masyarakat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	II
KATA PENGANTAR.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN	IV
MOTTO	V
ABSTRAK	VI
DAFTAR ISI.....	VII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Literatur	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Hubungan Masyarakat	14
1. Pengertian Humas	14
2. Peran Humas	17
B. Tujuan dan fungsi humas	19
1. Tujuan humas	19
2. Fungsi humas	21
C. Hubungan masyarakat berbasis internet.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45

B. Subjek Penelitian	46
C. Jenis dan Sumber Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	54
1. Sejarah IAIN Curup	54
2. Geografis IAIN Curup.....	57
3. Visi-misi IAIN Curup	58
4. Struktur Humas IAIN Curup.....	59
B. Temuan Penelitian.....	60
1. Pemanfaatan sosial media oleh humas IAIN Curup dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.....	60
2. Kendala yang dihadapi Humas IAIN Curup Dalam Menyebarkan infomasi kepada masyarakat.....	68
3. Pendukung Humas IAIN Curup Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat	70
C. Pembahasan Penelitian	72
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

LAMPIRAN LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada kamus terbitan *institute of public relation (IPR)* humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang terorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan .¹

“Internasional public relations assosiation (IPRA) menjelaskan definisi kinerja *public relation* adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik, menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu kecendrungan dan melakukan

¹ “Mutiar Cendekia Sandyakala, *peran public relation dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan*, vol 30, jurnal at-Tadbir, 2020. Hal, 187.

penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.²

Peran humas sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, bersifat komersial maupun tidak komersial dan perusahaan industri, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar humas merupakan salah satu ujung tombak dari suatu organisasi, bagi sebuah organisasi, humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para *stakeholder* ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan, dan program organisasi kepada publik.³

Humas berfungsi sebagai alat menyebarkan informasi, menumbuhkan, memelihara, membangun hubungan baik harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas agar mampu mencapai tujuan organisasi tersebut, karena rancangan komunikasi yang dibuat oleh humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik dari organisasi maupun institusi pendidikan.⁴

Humas harus mampu menghadapi segala perubahan dan ikut serta dalam menangani permasalahan yang terjadi pada suatu perusahaan dan

² Mutiara Cendekia Sandyakala, *Peran Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, Vol 30, Jurnal At-Tadbir, 2020. Hal 188.

³ “Mutiara Cendekia Sandyakala, *Peran Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, Vol 30, Jurnal At-Tadbir, 2020. Hal 185.

⁴ “Mutiara Cendekia Sandyakala, *Peran Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, Vol 30, Jurnal At-Tadbir, 2020. Hal 186.

membangun *image* yang baik sehingga sebuah perusahaan mampu mendapatkan reputasi yang baik dari publiknya.

Humas dalam dunia pendidikan adalah proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara organisasi pendidikan dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman dan dukungan terhadap organisasi tersebut. Humas menjadi gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga atau organisasi dengan publik atau masyarakat.

Humas dalam lembaga pendidikan dapat membantu dalam menjaga citra suatu perusahaan atau lembaga pendidikan. Namun sayangnya pada masa sekarang peran humas dalam dunia pendidikan belum difungsikan secara maksimal oleh lembaga lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaksana dan pengelola lembaga tersebut terhadap arti penting peran humas yang sesungguhnya. Humas memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama apabila perusahaan tersebut sering berinteraksi dengan kyalayak luas.

Persaingan antar lembaga pendidikan di era globalisasi ini ditambah dengan semakin krisisnya masyarakat membuat lembaga pendidikan perlu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat selaku *stake holder*. Lembaga pendidikan tidak dapat menarik siswa kalau tidak ada informasi mengenai lembaga kampus tersebut. Selanjutnya dukungan pihak eksternal terhadap program pendidikan hanya dapat terjadi apabila

terdapat informasi tentang pendidikan yang disampaikan terkait dengan kemajuan dan prestasi mahasiswa.

Lembaga pendidikan semakin dituntut untuk memberikan manajemen dan layanan yang profesional kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat dan kebutuhan masyarakat melanjutkan pendidikan. Masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan sekarang ini lebih kritis dalam memilih lembaga pendidikan. Sikap masyarakat seperti itu yang menuntut lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan *image* yang positif lembaganya di mata masyarakat.

Di era keterbukaan dan teknologi komunikasi informasi seperti saat ini dimana suatu opini dapat dengan cepat berubah menjadi opini publik. Oleh karena itu diperlukan adanya humas yang profesional dalam lembaga pendidikan. Peran dan fungsi praktisi humas diantaranya mengelola opini publik agar tercipta opini publik yang menimbulkan kesan positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan.⁵

Humas Institut Agama Islam Negeri Curup secara nomenklatur kelembagaan di atur berdasarkan peraturan menteri agama nomor 30 tahun 2018 tentang organisasi dan data kerja IAIN Curup pasal 45 ayat 2 berbunyi “sub bagian kerjasama dan hubungan masyarakat melaksanakan sebagian tugas kepala bagian akademik kemahasiswaan dan kerjasama

⁵ “Wina Puspita Sari, *fungsi dan peran humas di lembaga pendidikan*, vol 7, *communicology*, 2019, Hal, 49.

yaitu mempunyai tugas mengelola administrasi kerjasama, hubungan masyarakat, dokumentasi dan publikasi.⁶

Setiap institusi pendidikan, termasuk IAIN Curup, memiliki visi dan misi tertentu yang mungkin mencakup komitmen terhadap transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat. Ini bisa menjadi bagian dari latar belakang manajemen humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Humas di IAIN Curup dapat berupaya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait dengan program-program akademik, kegiatan kemahasiswaan, riset, atau berbagai kegiatan sosial dan budaya yang dilakukan di kampus.

Tantangan dan Peluang Latar belakang manajemen humas juga mungkin dipengaruhi oleh tantangan dan peluang yang dihadapi oleh IAIN Curup. Misalnya, jika institusi menghadapi persepsi negatif di masyarakat, manajemen humas dapat berfokus pada memperbaiki citra institusi melalui komunikasi yang efektif.

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara institusi berkomunikasi dengan masyarakat. Latar belakang manajemen humas di IAIN Curup mungkin mencakup strategi untuk memanfaatkan platform-platform ini dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Institusi pendidikan sering kali memiliki komitmen terhadap etika komunikasi yang meliputi kejujuran, akurasi, dan kesetaraan akses

⁶ www.iaincurup.ac.id , diakses pada tanggal 10 Februari 2024

informasi. Ini dapat menjadi bagian penting dari latar belakang manajemen humas di IAIN Curup.

Seluruh dari tugas dan tanggung jawab humas tersebut dilaksanakan dengan mengedepankan kolaborasi dengan masyarakat setempat sehingga program yang dilaksanakan dapat memberikan teladan positif bagi masyarakat setempat, serta bimbingan dan motivasi yang tepat untuk membantu menarik minat calon mahasiswa baru pada tahun tahun mendatang tentunya kerjasama tim sangat di harapkan dalam mencapai tujuan.

Mahasiswa baru tentunya akan memilih institusi pendidikan yang terbaik dan mampu meningkatkan kualitas hidupnya, mengembangkan potensinya, serta menjadikan individu yang siap dalam berbagai bidang pilihan. Karena kualitas kerja humas sangat mempengaruhi dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru untuk mendaftar pada Institut Agama Islam Negeri Curup.

Humas IAIN Curup dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan sosial media seperti instagram @iaincurup_@humas_iaincurup, facebook @IAIN Curup, youtube @IAIN CURUP, Website @<http://www.iaincurup.ac.id/>, tiktok @IAIN CURUP.⁷ Selain beberapa sosial media humas IAIN Curup juga bekerja sama dengan

⁷ Dery Prastatian, Bidang Desain Grafis, Wawancara Tanggal 12 Februari 2024

media cetak seperti, Curup Ekspres, Rakyat Bengkulu, Radar Utara, Radar Bengkulu, Bengkulu Ekspres, dan Radar Kepahiang.⁸

Fokus humas IAIN Curup tidak hanya memberikan informasi mengenai kegiatan, tetapi juga informasi penerimaan mahasiswa baru memberikan informasi dengan konten-konten yang di posting, masyarakat jadi mengetahui apa saja ke unggulan Insitut Agama Islam Negeri Curup. Maka dari itu dengan memanfaatkan media sosial dan mengikuti perkembangan media sosial, humas iain curup mengalami perkembangan dalam memberikan informasi pada masyarakat.

Informasi yang disebarkan mengenai informasi akademik dan non akademik. selain itu humas iain curup juga sudah semakin aktif memberikan infromasi di media sosial seperti istagram, facebook, dan tiktok, konten-konten yang di bagikan juga semakin menarik dari tahun-tahun sebelumnya.⁹

Untuk informasi yang diberikan yang dituju untuk mahasiswa IAIN Curup itu seputar infomasi Dies Natalis IAIN Curup, pembayaran uang kuliah, informasi tentang kuliah kerja nyata (KKN), informasi mengenai Wisuda, informasi mengenai hari hari besar Islam dan informasi seputar kegiatan mahasiswa IAIN Curup. sedangkan untuk informasi yang di berikan keluar kampus itu seperti informasi waktu pendaftaran mahasiswa baru, kerja sama (MOU), kata-kata ucapan selamat yang ditujukan untuk universitas/institut lain.

⁸ Wahyu Erlangga, Staf Humas IAIN Curup, Wawancara Tanggal 06 Mei 2024

⁹ Rahmad Salihin, Humas dam Protokoler, Wawancara Tanggal 06 Mei 2024

Informasi yang diberikan oleh humas IAIN Curup yang ditujukan untuk kedalam maupun luar kampus itu sama-sama menggunakan media sosial, karena jangkauan media sosial itu cukup luas untuk mempermudah instansi memberikan informasi, oleh karena itu Humas IAIN Curup sekarang sangat aktif menggunakan media sosial untuk memberikan informasi, bukan hanya satu atau dua jenis media sosial, tapi humas IAIN Curup memiliki lebih dari dua media sosial dan mengikuti arus perkembangan media sosial baru.¹⁰

Manajemen humas dalam IAIN Curup mencakup kebutuhan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dengan masyarakat melalui strategi-strategi baru dalam humas. Ini bisa meliputi peningkatan penggunaan media sosial.

Akan tetapi walaupun humas IAIN Curup telah mengikuti perkembangan media sosial postingan yang di sebarakan dimedia sosial belum termanajemen dengan baik, karena postingan antara media sosial satu dengan yang lain masih berbeda mengenai informasi apa dan kapan di posting, hal itu menyebabkan masyarakat yang belum mengikuti seluruh sosial media IAIN Curup ketinggalan informasi. Selain itu postingan yang di sebarakan di media sosial masih banyak seputar pamflet dan monoton, sehingga masyarakat yang melihat informasi yang di posting kurang tertarik dan kurang mendapatkan informasi yang mereka inginkan, Seperti kurangnya informasi mengenai fakultas atau program studi yang ada di

¹⁰ Rahmad Salihin, humas dan protokoler, Wawancara 25 Maret 2024

IAIN Curup. Maka dilihat dari permasalahan tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang Manajemen Humas Institut Agama Islam Negeri Curup Dalam Memberikan Informasi kepada masyarakat.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini untuk mempermudah serta mempertegas ruang lingkup pembahasan, maka peneliti memberi batasan pada “Pemanfaatan Sosial Media Oleh Humas IAIN Curup Dalam Menyebarluaskan Informasi Kepada Masyarakat”.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemanfaatan sosial media oleh humas IAIN Curup dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat?
2. Apa saja kendala yang di hadapi oleh Humas IAIN Curup dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan sosial media oleh Humas IAIN Curup dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh Humas IAIN Curup dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat terus memberikan manfaat dikemudian hari bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Berikut manfaat yang dimiliki penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya pembendaharaan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan mengetahui bagaimana manajemen humas IAIN Curup dalam memberikan informasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini sebagai salah satu langkah untuk mengetahui dan menambah wawasan serta dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan kajian komunikasi terutama dalam bidang perkembangan media sosial dan teknologi komunikasi.

F. Kajian Literatur

Enam kajian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini. Sebelum penelitian memaparkan analisis dalam penelitian, sejauh penelusuran peneliti yang berkaitan dengan tema yang di angkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Penelitian dari Novita Sari Irdiyan, yang berjudul manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru tahun 2020 di iain batu sangkar. Dari hasil penelitian tersebut keberadaan humas dalam suatu lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan publik atau masyarakat.
- b. Penelitian dari AL MAIDAH, yang berjudul manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga uin walisongo semarang. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perencanaan program kerja humas dalam meningkatkan citra sangat di butuhkan apalagi dalam membangun relasi dengan media media massa untuk menyebarkan informasi.
- c. Penelitian dari Dian Agustin, yang berjudul pemanfaatan media sosial dalam manajemen hubungan masyarakat sebagai upaya meningkatkan partisipasi masyarakat di era pandemi. Bahwa manajemen masyarakat bertugas sebagai pemberi informasi sekaligus perantara antara lembaga pendidikan dan masyarakat yang dapat dilakuakn dengan kegiatan publikasi.

- d. Penelitian dari Pandes Al Aksar, yang berjudul sosialisasi kegiatan pemerintahan daerah rejang lebong(studi pemanfaatan media sosial oleh humas protokoler). Disini peneliti menjelaskan humas mempunyai peranan sangat penting untuk mendapatkan akses informasi publik.
- e. Penelitian dari Hamzah Ninggar Alam Edo, yang berjudul strategi humas IAIN Curup dalam menarik minat mahasiswa baru pasca pandemi covid-19. Peneliti menjelaskan peranan humas sangat penting dalam menarik minat mahasiswa baru dengan memberikan informasi yang tertata dan termanajemen.
- f. Penelitian dari Dete Konggoro dkk, yang berjudul “strategi humas dan protokoler pemerintah daerah Bengkulu tengah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat”. Peneliti menjelaskan hubungan masyarakat sangat penting karena menjempani antara publik dengan organisasi atau lembaga tertentu, sehingga akan tercipta saling pengertian dan akan menimbulkan hubungan yang baik dan kepercayaan dari publik terhadap organisasi atau lembaga tersebut, selain itu mengingat lingkup humas sangat luas dan berhubungan dengan beragam karakter maupun sifat, sehingga di era globalisasi ini humas sangat dibutuhkan dan mempunyai peran yang sangat penting oleh perusahaan, organisasi maupun instansi kegiatan-kegiatan yang

dilakukan seorang Humas bertujuan untuk menyelaraskan sebuah perusahaan organisasi atau instansi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (humas) adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga instansi dengan masyarakat, maka dari itu humas merupakan sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.¹¹

Majelis humas dunia (*World Assembly Of Public Relation*) mendefinisikan humas sebagai berikut: *public relation is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders and implementing planned programs of action which serve both the organizations and the public interest.* (humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan

¹¹ Dete Konggoro Dkk, *Strategi Humas Dan Protokol Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat*, Vol 7, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Hal 30

perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayak.¹²

Humas merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan maupun perusahaan non komersial yang tidak mencari keuntungan. Tidak peduli apakah organisasi tersebut berada di sektor pemerintahan maupun sektor swasta.¹³

Secara umum Humas adalah salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi untuk melakukan interaksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut. Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *public relation* yang bertanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara komunikasi dan publik, dalam dunia bisnis, fungsi humas kerap dikaitkan dengan marketing, padahal sangat berbeda. Sebagai profesi bidang humas nantinya membantu mendidik, memberikan informasi, membangkitkan ketertarikan masyarakat, merencanakan strategi untuk meraih simpati sehingga membuat masyarakat mengerti dalam situasi tertentu. Bentuk komunikasi

¹² Morissan, *Manajemen Public Relations*, Edisi Pertama, (Jakarta, Prenada Media Group, 2008), Hal. 8

¹³ Nurnisya Dkk, *Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Tagline*, Yogyakarta, Vol 4 No.2 (2016): Hal 138

berencana baik kedalam maupun keluar organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yakni pengertian bersama.¹⁴

Selain itu batasan pengertian humas menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, karena di sebabkan yaitu:

- a. Banyaknya definisi *public relations* yang telah di rumuskan oleh baik para pakar atau ahli, maupun profesional *public relations*/humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang humas/pr.
- b. Terjadinya perbedaan batasan pengertian tentang PR/HUMAS tersebut di akibatkan adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang di lontarkan oleh kalangan akademisi/teoretis perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang di ungkapkan dengan kalangan praktisi (*public relations practitioner*).

Sesuatu yang menunjukkan baik secara teoretis maupun praktisi bahwa kegiatan public relations atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi saat ini. Sedangkan menurut (British) Institute of Public Relations (IPR), Menurut kamus IPR: “Praktek humas atau PR adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan

¹⁴ Noviantiaini Dkk, *Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Man 2 Lombok Timur*, Jurnal Manajemen Dan Budaya, Vol 1 No.1, (2021) Hal 12

memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenab khalayaknya”.¹⁵

Dengan demikian praktek humas dalam lingkungan khalayak di harapkan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat agar tetap menjaga kepercayaan masyarakat dan terjalinnya hubungan yang baik juga antara organisasi dan dunia luar yang menjadi sasaran. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi humas merupakan suatu cara dan perencanaan berisi serangkaian kegiatan yang sudah terstruktur dan dilakukan sebagai upaya untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah diterapkan sehingga dapat mencapai suatu keinginan yang diharapkan secara maksimal dengan persiapan-persiapan yang matang.

2. Peran Humas

Menurut Dozier, D. M, bahwa peranan praktisi public relations dalam organisasi tersebut salah satu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi, disamping itu juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi PRO (pejabat Humas) dan pencapaian profesional dalam public relations. Menurut Dozier dan Broom bahwa peranan humas (*public relation*) dibagi menjadi 4 kategori dalam suatu organisai yaitu sebagai berikut:

- a. *Expert Prescriber* Dengan adanya praktisi ahli public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi maka dapat membantu

¹⁵ Frank Jefkins, 1991, *Public Relations*, (Jakarta:Erlangga), Hal. 8

untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

- b. *Communication Fasilitator* Dalam hal ini public relation bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang di inginkan dan di harapkan oleh publiknya dari organisasi yang bersangkutan sekaligus harus mampu menjelaskan keinginan kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.
- c. *Problem solving process fasilitator* Peranan *public relation* dalam hal proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi atau krisis yang tengah di hadapi secara rasional dan professional.
- d. *Communication technician* Dalam peranan *communication technician* ini sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau di kenal dengan *methode of communication in organization* dan system komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan yaitu secara teknis komunikasi baik atus maupun media komunikasi di pergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ketingkat atasan.¹⁶

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2021), Hal. 21

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwasanya humas memiliki peranan penting dalam suatu lembaga atau organisasi dan seseorang yang berada dalam bidang humas haruslah orang yang memiliki kemampuan tinggi, berpengalaman dapat menjadi komunikator atau mediator dalam berbagai hal, mampu bekerja sama dengan baik serta memiliki jiwa sosial yang tinggi.

B. Tujuan dan Fungsi hubungan masyarakat

1. Tujuan Humas

Secara eksistensial humas memiliki tujuan pokok, yaitu tetap eksis dan terus berkembangnya organisasi dari generasi ke generasi. Untuk eksis dan berkembang, humas memiliki tujuan antara lain yang disebut sasaran spesifik dalam pelaksanaan komunikasi, yaitu terbentuknya citra positif dan dukungan opini publik serta terjadinya saling pengertian dan saling memuaskan.

Tujuan dari public relation adalah untuk menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan public terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu Public Relation bertujuan untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Rincian tujuan Public relations itu ternyata luas, namun pada intinya tetap menjalin hubungan baik dengan para pihak atau publik - publik organisasi. Dengan begitu, organisasi menikmati keuntungan dan manfaat

dari hubungan baik tersebut dan begitupun publik organisasi. Jadi, tak ada yang ditinggalkan atau diperalat dalam hubungan yang terjalin dengan baik tersebut.

Adapun tujuan humas jika dirincikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Humas bertujuan untuk mengubah citra suatu organisasi atau perusahaan di mata masyarakat.
- b. Bertujuan untuk meningkatkan kualitas calon karyawan jika hasil riset menunjukkan bahwa karyawan yang direkrut sebelumnya bukanlah orang-orang terbaik.
- c. Mempublikasikan cerita sukses perusahaan kepada masyarakat untuk mendapatkan pengakuan jika hasil riset menunjukkan bahwa masyarakat belum mengakui perusahaan perusahaan yang berkualitas. Memperbaiki hubungan perusahaan dengan masyarakat jika riset menunjukkan terdapat kesalahpahaman, kesangsian dan bahkan kecemasan dari khalayak terkait terjadinya krisis yang dialami perusahaan. Tujuan humas untuk memperbaiki persepsi perusahaan di kalangan pemerintahan.

Pada kerangka teoritis ini akan dijelaskan mengenai permasalahan yang akan diteliti yaitu manajemen humas IAIN Curup dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Untuk mendasari kajian ini, maka diperlukan landasan teoritis tentang kajian yang dibahas. Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata manus yang berarti tangan dan agere yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata

kerja managere yang artinya menangani. Managere diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja to| manage, dengan kata benda managemen dan manager untuk o|rang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, managemen diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelo|laan.

2. Fungsi Humas

Secara umum fungsi Umum Humas adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan publik, baik publik internal maupun eksternal, menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya, memberi saran pemimpin mengenai cara-cara mengendalikan pendapat umum serta menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan bagi organisasi atau lembaga.¹⁷

Namun jika dikelompokkan secara internal dan eksternal, maka fungsi humas diantaranya yaitu :

a. Fungsi Internal

- a) *Public Relations* harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran atau citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan suatu lembaga. Oleh karena itu,

¹⁷ Tuginem, S. Pd. , M. Pd, dkk, “*Otomatisasi Dan Tata Kelola Humas Dan Keprotokolan*”, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018)

setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.

b) Penghubung antara manajemen dan publiknya.

b. Fungsi eksternal

a) *Public Relations* harus mampu mengenali hal-hal yang dapat menimbulkan sikap negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/ kebijakan dijalankan.

b) Memberi nasehat pada manajemen mengenai perkembangan luar atau dalam , yang menyangkut perusahaan dan publiknya.

c) Membuat penelitian serta untuk hal-hal yang menyangkut kepentingan manajemen.

d) Bertindak untuk kepentingan manajemen dalam merencanakan dan melaksanakan fungsi-fungsi umum.

Humas masa kini hendaknya mengedepankan fungsi dasar humas yang di kemukakan oleh Harword L. Ciplds, meskipun konsep ini sudah 10 tahun ditelan zaman, namun telah muncul kembali sebagai bagian pemikiran masa kini. Fungsi dasar humas adalah berdamai dengan kepentingan masyarakat dan membantu organisasi menyesuaikan diri dengan lingkungannya.¹⁸

Adapun menurut Rex f. Harlow sebagai akademisi, ilmuwan, dan tokoh profesional kawakan humas yang merumuskan definisi humas yang

¹⁸Anwar Andipate, *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, Dan Riset*, (Kota Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2020), Hal. 29

cukup panjang mengenai tupoksi humas; hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen khas yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi jalur komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya, yang melibatkan manajemen permasalahan atau isu untuk selalu mendapat informasi dan merespons opini publik, mendefinisikan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum; membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi kecendrungan, dan menggunakan riset yang sehat serta etika komunikasi sebagai alat utamanya.¹⁹

Fungsi suatu kegiatan dari organisasi adalah menyesuaikan diri dengan lingkungannya, menentukan struktur kerjanya atas dasar kebutuhan-kebutuhan dalam mencapai tujuan.²⁰ Pada dasarnya fungsi manajemen humas, tidak jauh berbeda dengan fungsi-fungsi manajemen secara umum. Fungsi-fungsi ini sangat mengait dengan tujuan manajemen humas, di mana tujuan itu sendiri adalah suatu hasil akhir, titik akhir atau segala sesuatu yang akan dicapai. Fungsi Humas itu sendiri adalah membantu

¹⁹ Anwar Andipate, *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, Dan Riset*, (Kota Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2020), Hal 31

²⁰ 15Syariful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2000), Hal. 46

manajemen dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik.²¹

Kaitannya dengan Humas, maka Humas dalam suatu instansi dikatakan berfungsi apabila Humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas, yang dapat dibedakan dari kegiatan lainnya, jadi kalau dipertanyakan apakah humas itu berfungsi, dalam arti kata apakah menunjukkan kegiatan dan apakah kegiatan itu jelas dan berbeda dari kegiatanlainnya.

Menurut George R Terry sebagaimana yang dikutip oleh Mulyono terdapat 4 fungsi manajemen humas, yang dalam manajemen dikenal sebagai POAC; Yaitu: Planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controlling (pengendalian.)

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan fungsi yang paling awal dari keseluruhan fungsi manajemen sebagaimana banyak dikemukakan oleh para ahli. Perencanaan ialah kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan.²²

Adapun kegiatan humas yang sebenarnya senantiasa menjunjung tinggi kebenaran dan kejujuran. Segala program humas baik itu program yang berjangka panjang maupun program yang berjangka

²¹ 16Deddy Djamaluddin Malik, *Humas Membangun Citra dengan komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Hal. 13

²² Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 4*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 49

pendek harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati sedemikian rupa sehingga akan diperoleh hasil-hasil yang nyata.²³

Perencanaan merupakan proses pemilihan alternatif dan proses mengaitkan pengetahuan, fakta, imajinasi dan asumsi masa depan, serta formulasi tujuan yang ingin dicapai, perencanaan merupakan proses di mana mengadaptasi dirinya dengan berbagai sumber untuk mengubah lingkungan dan kekuatan-kekuatan internal yang ada didalam sistem itu sendiri.²⁴

Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang pengertian perencanaan manajemen humas:

- 1) Identifikasi Tujuan Komunikasi

Tahap awal dari perencanaan manajemen humas adalah mengidentifikasi tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui komunikasi. Tujuan-tujuan ini bisa beragam, mulai dari memperkenalkan produk atau layanan baru, membangun citra positif, hingga menjelaskan kebijakan atau program tertentu.

- 2) Penentuan Target Audiens

- 3) Setelah tujuan komunikasi ditetapkan, langkah berikutnya adalah menentukan siapa target audiensnya. Hal ini melibatkan identifikasi kelompok-kelompok yang berpotensi memengaruhi atau dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan, seperti

²³ Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), Hal. 75

²⁴ Endang Soenaro, *Pengantar Teori Perencanaan Pendidikan Berdasarkan Pendekatan Sistem*, (Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 2013), Ha., 36-37

pelanggan, karyawan, mitra bisnis, media, dan masyarakat umum.

4) Pengembangan Pesan

Pesan-pesan yang akan disampaikan harus dirancang dengan cermat sesuai dengan tujuan komunikasi dan kebutuhan target audiens. Pesan-pesan ini harus jelas, konsisten, relevan, dan menarik bagi target audiens.

5) Pemilihan Saluran Komunikasi

Setelah pesan-pesan dikembangkan, langkah selanjutnya adalah memilih saluran komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut kepada target audiens. Saluran-saluran komunikasi bisa berupa media massa, media sosial, surat kabar kampus, acara-acara publik, dan lain sebagainya.

6) Implementasi dan Evaluasi

Setelah perencanaan komunikasi dilakukan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan rencana tersebut dan terus memantau dan mengevaluasi efektivitasnya. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana tujuan-tujuan komunikasi tercapai, apakah pesan-pesan telah disampaikan dengan baik, dan bagaimana respon dari target audiens.

7) Penyesuaian dan Peningkatan

Berdasarkan hasil evaluasi, perencanaan manajemen humas kemudian dapat disesuaikan dan ditingkatkan untuk mencapai hasil

yang lebih baik di masa mendatang. Proses ini merupakan siklus terus-menerus yang memungkinkan organisasi untuk terus meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan publiknya.

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai kerja humas di lapangan adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara lembaga pendidikan dengan masyarakatnya atau stake holder sasaran masyarakat yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif, kemauan baik, saling menghargai, saling timbul pengertian, toleransi antara kedua belah pihak.

Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas manajemen humas tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen humas yang dikelola secara profesional dan dapat di pertanggung jawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut dapat terwujud jika keduanya mendapatkan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti oleh keduanya.

Secara umum pengertian dari perencanaan humas yaitu terdiri dari semua bentuk kegiatan perencanaan, wujud rencana kerja dan alasan dilakukannya perencanaan kerja humas.

Manfaat perencanaan manajemen humas antara lain yaitu :

- 1) Mengefektifkan dan mengefisienkan koordinasi atau kerja sama antara pihak yangterkait.
- 2) Mengefisienkan waktu, tenaga, upaya, danbiaya.

- 3) Menghindari resiko kegagalan dengan tidak melakukan perkiraan atau perencanaan tanpa arah yang jelas atau konkret.
- 4) Mampu melihat secara keseluruhan kemampuan operasional organisasi, pelaksanaan, komunikasi, target, dan sasaran yang hendak dicapai di masa mendatang.
- 5) Menetapkan klasifikasi rencana strategis sesuai dengan kebijakan jangka panjang, rencana tetap yang dapat dilakukan berulang-ulang dan rencana tertentu.

Sebelum membentuk perencanaan manajemen humas harus terlebih dahulu memahami tujuan yang ingin dicapai oleh organisasinya.²⁵

Untuk itu, perencanaan humas membutuhkan data dan informasi agar keputusan yang diambil tidak lepas kaitannya dengan masalah yang dihadapi pada masa yang akan datang. Dengan demikian perencanaan humas hendaknya memperhatikan sifat-sifat kondisi yang akan datang, di mana keputusan dan tindakan efektif dilaksanakan. Itulah sebabnya berdasarkan kurun waktu dikenal perencanaan tahunan atau perencanaan jangka pendek, rencana jangka menengah, dan rencana jangka panjang.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengeorganisasian adalah proses mengatur, mengalokasikan dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya di antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Untuk mencapai tujuan

²⁵ Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), Hal. 139-140

hubungan sekolah dengan masyarakat, diperlukan kerja sama antara semua anggota organisasi, proses ini disebut pengorganisasian²⁶

Pengorganisasian dalam manajemen humas melibatkan struktur organisasi dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi dengan efektif. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang pengorganisasian dalam manajemen humas:

1) Struktur Organisasi

Pengorganisasian memperhatikan bagaimana Humas diorganisasikan dalam struktur organisasi lebih luas. Ini meliputi apakah Humas berada di bawah naungan departemen tertentu, seperti Departemen Komunikasi atau Departemen Pemasaran, atau apakah ada unit khusus Humas yang terpisah. Struktur organisasi yang tepat dapat memudahkan koordinasi antara Humas dan unit-unit lain dalam organisasi.

2) Peran dan Tanggung Jawab

Pengorganisasian juga melibatkan penentuan peran dan tanggung jawab staf Humas. Ini mencakup pembagian tugas antara anggota tim, seperti siapa yang bertanggung jawab atas hubungan media, manajemen acara, produksi konten, dan sebagainya. Penetapan peran yang jelas dapat membantu memastikan efisiensi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut.

3) Alokasi Sumber Daya

²⁶Nanang Fatah, *Ibid*, Hal. 71

Pengorganisasian juga mencakup alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mendukung kegiatan Humas. Ini termasuk alokasi anggaran untuk kegiatan komunikasi, penggunaan personel yang tepat sesuai dengan kebutuhan, dan penggunaan teknologi dan infrastruktur yang mendukung.

4) Pengembangan Tim

Pengorganisasian juga melibatkan pengembangan dan pengelolaan tim Humas yang efektif. Ini meliputi perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan Humas untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan tugas-tugas mereka dengan baik. Selain itu, pengorganisasian juga mencakup pembentukan kolaborasi dan kerjasama antara anggota tim untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

5) Koordinasi Internal dan Eksternal

Pengorganisasian memperhatikan bagaimana Humas berkoordinasi baik secara internal maupun eksternal dengan berbagai pihak terkait. Ini melibatkan komunikasi yang lancar antara Humas dan unit-unit lain dalam organisasi, serta kemitraan yang efektif dengan media, lembaga pemerintah, lembaga non-profit, dan pemangku kepentingan lainnya.

Ernest Dale dapat diartikan bahwa pentingnya pengorganisasian adalah:

- 1) Tugas-tugas yang terinci harus dibuat dalam mencapai tujuan

organisasi.

- 2) Seluruh tugas-tugas harus dijabarkan menjadi kegiatan-kegiatan yang secara logis dan sesuai bagi individu maupun kelompok.
- 3) Pekerjaan-pekerjaan anggota organisasi harus dikombinasikan secara logis dan efisien.
- 4) Perlunya pengendalian dan pengawasan untuk meningkatkan efektifitas.

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi, sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu lembaga pendidikan untuk mencapai tujuannya yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

Teknik pengorganisasian adalah usaha sadar yang dilakukan oleh suatu organisasi, dengan menggunakan daya analisis untuk menelaah kelemahan-kelemahan dalam keefektifan dan koordinasi organisasi.²⁷

Organisasi dalam arti statis adalah suatu bagan atau suatu bentuk yang berwujud dan bergerak demi tercapainya tujuan

²⁷ Dydiet Hardjito, *Teori Organisasi dan Teknik Pengoorganisasian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), Hal. 74-79

bersama, dalam istilah lain disebut sebagai struktur atau tata raga organisasi. Jadi struktur organisasi adalah suatu manifestasi organisasi yang menunjukkan hubungan antara fungsi otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas semua aktivitas.

Pengorganisasian adalah pembagian kerja yang direncanakan untuk diselesaikan oleh anggota, penetapan hubungan antar pekerjaan yang efektif di antara pekerja. Dan pengorganisasian juga dapat didefinisikan sebagai suatu pekerjaan pembagi tugas, mendelegasikan otoritas, dan menetapkan aktivitas yang hendak dilakukan oleh manajemen humas.

Oleh karena itu, dalam pengorganisasian diperlukan tahapan sebagai berikut:

- 1) Mengetahui dengan jelas tujuan yang hendak dicapai.
- 2) Deskripsi pekerjaan yang harus dioperasikan dalam aktivitas tertentu.
- 3) Klasifikasi aktivitas dalam kesatuan yang praktis.²⁸

Dengan melakukan pengorganisasian yang baik, Humas dapat bekerja secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi organisasi. Struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang tepat, alokasi sumber daya yang memadai,

²⁸ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Hal. 73-75

pengembangan tim yang baik, dan koordinasi yang baik dengan pihak terkait semua merupakan elemen penting dalam pengorganisasian dalam manajemen humas.

c. Actuating (Pelaksanaan)

Pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen. Maka fungsi actuating justru lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai usaha keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efektif, dan ekonomis.²⁹

Menurut Terry sebagaimana yang dikutip oleh Daryanto actuating merupakan usaha untuk menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.³⁰ Dengan demikian, penggerakan berupaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan berbagai pengarahan dan motivasi agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan sesuai dengan peran, tugas dan tanggungjawabnya. Dan perlu

²⁹ H.M. Daryanto, *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013), Hal. 87.

³⁰ Ibid, Hal, 88

adanya kerjasama yang baik pula diantara semua pihak baik dari pihak atasan maupun bawahan.

d. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, mengadakan koreksi terhadap segala hal yang telah dilakukan. Pengendalian yang dimaksudkan menentukan bagi pengajar apa yang harus dikerjakan dan apa yang tidak harus mereka kerjakan, dan pengajar harus mengerjakan hal-hal yang telah diinstruksikan. Dan juga mengukur hasil kerja dan campur tangan apabila hasil yang dicapai para guru kurang memuaskan. Pengendalian dalam suatu bentuk jelas perlu untuk mendapatkan kinerja yang tepercaya dan terkoordinasi.³¹

Pengawasan dalam manajemen humas adalah proses memantau dan mengevaluasi kegiatan komunikasi dan humas untuk memastikan bahwa tujuan komunikasi organisasi tercapai dengan efektif. Ini melibatkan pemantauan kinerja tim humas, evaluasi efektivitas pesan yang disampaikan, dan pengukuran dampak komunikasi terhadap citra dan reputasi organisasi.

Berikut adalah pembahasan lebih lanjut tentang pengawasan dalam manajemen humas:

1) Pemantauan Kinerja

Pengawasan dalam manajemen humas melibatkan pemantauan kinerja anggota tim humas untuk memastikan bahwa mereka memenuhi tanggung jawab mereka dengan baik dan berkontribusi pada pencapaian tujuan

³¹ Siswanto, *Ibid*, Hal. 125

komunikasi organisasi. Ini bisa melibatkan evaluasi kinerja individu, peninjauan rutin terhadap proyek-proyek komunikasi, dan pengamatan langsung terhadap interaksi dengan pemangku kepentingan.

2) Evaluasi Pesan dan Materi Komunikasi

Sebagian dari pengawasan dalam manajemen humas melibatkan evaluasi pesan-pesan yang disampaikan oleh organisasi untuk memastikan bahwa mereka jelas, konsisten, dan sesuai dengan tujuan komunikasi. Ini bisa melibatkan peninjauan dan perbaikan terhadap materi komunikasi, termasuk teks press release, materi promosi, konten media sosial, dan materi lainnya.

3) Pengukuran Dampak

Pengawasan juga melibatkan pengukuran dampak komunikasi terhadap citra dan reputasi organisasi. Ini bisa dilakukan melalui survei, analisis media, pemantauan media sosial, atau penelitian pasar untuk memahami persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi dan pesan-pesan yang disampaikan.

4) Penanganan Masalah dan Krisis

Pengawasan dalam manajemen humas juga melibatkan penanganan masalah dan krisis yang mungkin timbul dalam proses komunikasi. Ini termasuk deteksi dini dan respons cepat terhadap masalah-masalah yang muncul, seperti kesalahan dalam pesan atau serangan media, untuk mengurangi dampak negatifnya terhadap citra organisasi.

5) Penyempurnaan Strategi Komunikasi

Berdasarkan hasil pengawasan, manajer humas dapat menyempurnakan strategi komunikasi organisasi untuk meningkatkan efektivitasnya di masa mendatang. Ini bisa melibatkan penyesuaian pesan, peningkatan penggunaan saluran komunikasi tertentu, atau pengembangan inisiatif baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pemangku kepentingan.

6) Pengelolaan Risiko

Pengawasan juga memainkan peran penting dalam pengelolaan risiko komunikasi organisasi. Ini melibatkan identifikasi potensi risiko komunikasi, seperti kesalahan dalam informasi atau kesalahpahaman dengan pemangku kepentingan, dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko tersebut atau mempersiapkan tanggapan yang tepat jika risiko tersebut terwujud.

Dengan melakukan pengawasan yang efektif, manajemen humas dapat memastikan bahwa komunikasi organisasi berjalan dengan lancar, pesan-pesan disampaikan dengan tepat, dan citra organisasi terjaga dengan baik di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

C. Hubungan Masyarakat Berbasis Internet

Kehadiran internet memberikan pengaruh yang besar terhadap cara-cara baru dalam mengelola humas. Keberhasilan humas sangat ditentukan oleh pemanfaatan teknologi internet sebagai media komunikasi baru. Internet merupakan jalan raya informasi (information superhighway) yang bebas hambatan, yang dapat digunakan oleh users di seluruh dunia tanpa di batasi

oleh sekat-sekat geografi, budaya, politik, ekonomi. Internet dapat digunakan oleh praktisi humas sebagai media komunikasi dan informasi dengan publik internal maupun eksternal, untuk membangun citra, kerjasama, dan membentuk opini positif organisasi.

Istilah “Internet” itu sendiri berasal dari International Networking yang berarti jaringan komputer yang menghubungkan seluruh bagian dunia ini atau jaringan global. Dalam referensi lain ada yang menyebut internet sebagai singkatan dari Interconnection Networking yang berarti multi koneksi di internet yang sangat kompleks dengan kandungan informasi (content) yang sangat banyak dan dapat diakses oleh banyak user (multi user) dalam waktu bersamaan.³² Makna international networking maupun interconnection networking pada hakikatnya sama, yaitu jaringan komputer global yang kompleks. Menurut istilah, internet dapat didefinisikan sebagai hubungan berjuta-juta komputer dengan berbagai tipe yang membentuk system jaringan di seluruh dunia (jaringan komputer global) melalui jalur telekomunikasi seperti modem dan telepon, sehingga setiap komputer yang terhubung ke internet dapat bertukar data (berkomunikasi) tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat. Internet merupakan gudang informasi tanpa batas. Isi Internet dapat dibayangkan sebagai suatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap di mana pengguna dapat memperoleh semua jenis pengetahuan mulai dari bisnis, politik, budaya, agama, maupun pendidikan. Informasi yang tersedia mulai dari

³² Lucy Pujasari Supratman, “Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47–60.

informasi rahasia (secret) sampai informasi umum (berita hiburan). Internet juga digunakan oleh organisasi untuk melayani masyarakat, baik organisasi pemerintah, perusahaan, maupun nirlaba.

Internet juga telah memengaruhi konsep dan kinerja bagian humas pada setiap organisasi. Lahirnya istilah electronic-public relation (E-PR), online-PR atau cyber-PR menunjukkan pentingnya internet untuk menunjang tugas dan kegiatan humas. Beberapa fasilitas internet yang telah digunakan dalam humas adalah:³³

- a. Situs web (website), adalah tempat penyimpanan data atau informasi berdasarkan topik tertentu di internet. Diumpamakan situs web ini sebagai buku yang berisi topik tertentu. Semua situs web dihimpun dalam WWW (World Wide Web) yaitu bagian dari internet yang menyimpan informasi dalam bentuk multimedia: teks, suara, gambar dan video. WWW merupakan kumpulan web server dari seluruh dunia yang berfungsi menyediakan data dan informasi untuk dapat digunakan bersama. WWW diibaratkan perpustakaan besar yang menyediakan berbagai buku (situs web) dengan beragam informasi yang dibutuhkan. WWW biasa disingkat Web. Contoh situs web organisasi adalah www.uinmalang.ac.id (website Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). Melalui website tersebut maka organisasi atau humas (instansi pemerintah, perusahaan swasta, lembaga pendidikan, organisasi sosial, dan lain-lain) dapat menyampaikan informasi resmi kepada publik (masyarakat luas)

³³ Elyus and Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19."

berupa profil organisasi, visi misi, layanan, info produk, aktivitas sehari-hari, atau ruang tanya jawab dengan pengunjung. Organisasi profesional perlu membuat website yang lengkap dan berbayar, namun bagi individu dapat membuat akun di webblog dengan gratis.

- b. E-mail (electronic mail) atau surat elektronik adalah aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi atau bertukar informasi antara sekolah dan publik. Dengan e-mail maka sekolah dapat menyusun, mengirim, membaca, menyimpan serta mengelola pesan-pesan secara elektronik. E-mail merupakan fasilitas utama untuk berbagi pesan elektronik antara organisasi dan publik. E-mail juga menjadi sumber dominan lalu lintas informasi dan sarana penyampaian pesan yang efektif dan efisien. Setiap user (pengguna) dapat bertukar pesan dengan user lain yang memiliki alamat e-mail.
- c. Mailing list (milis) adalah daftar beberapa alamat email yang digabung menjadi satu alamat email untuk memudahkan proses pengiriman pesan. Jika sebuah surat dikirim ke alamat milis, maka semua email yang terdaftar sebagai anggotanya akan menerima surat yang sama. Milis berguna sebagai kelompok diskusi bagi para anggotanya atau untuk bertukar informasi di internet. Hal ini dilakukan dengan mengirim surat ke alamat group sehingga setiap anggota dapat membaca pesan tersebut sekaligus memberikan tanggapan. Ada dua jenis milis yaitu: milis public dan milis for member. Milis public dapat diakses oleh siapa saja, anggota maupun bukan anggota milis. Sedangkan milis for member hanya dapat diakses

bila sebelumnya yang bersangkutan telah menjadi anggota (member) milis tersebut. Penulisan alamat milis hampir sama dengan email pribadi yaitu: user-name@domain name. user name adalah “nama milis” sedangkan domain name adalah “nama website” yang menyediakan fasilitas mailing list (group) seperti: www.yahoogroups.com dan www.groups.or.id. Organisasi dapat membuat beberapa milis seperti milis pelanggan, milis pegawai, milis keluarga pegawai, milis rekanan, dan lain-lain untuk mendiskusikan topik-topik yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya.

- d. Media sosial (social media), merupakan situs yang menyediakan fasilitas pertemanan, berbagai, dan menyimpan informasi bagi pengguna (users). Menurut Safko, secara singkat media sosial adalah media yang digunakan untuk berinteraksi sosial (social media is the media we use to be social). Kata “sosial” merujuk pada kebutuhan instingtif orang-orang untuk menjalin hubungan dengan lain. Sedangkan “media” merupakan alat yang digunakan untuk menjalin hubungan tersebut seperti telepon, radio, televisi, e-mail, website, dan mobile phone. Dengan demikian media sosial merupakan cara menggunakan seluruh perangkat teknologi secara efektif untuk menjalin kontak atau interaksi dengan orang lain untuk membangun ikatan, kepercayaan, dalam menawarkan produk, penjualan, jenis layanan, atau info organisasi. Artinya, media sosial tidak hanya digunakan untuk intraksi sosial yang bersifat non profit, tapi juga dapat digunakan untuk pemasaran dan membangun brand sekolah. Beberapa jenis sosial media

yang perlu dioptimalkan oleh sekolah dalam implementasi humas adalah Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram.

- e. Aplikasi chatting, merupakan sarana yang memungkinkan dua orang atau lebih (group) untuk melakukan percakapan (komunikasi langsung) secara online dan real time tanpa dibatasi waktu dan tempat. Chatting (percakapan) dilakukan melalui teks, suara, maupun video. Aplikasi chatting dalam implementasi humas digunakan untuk berkomunikasi langsung antara berbagai pihak yang berkepentingan dengan organisasi seperti pelanggan, pemasok, investor dari pihak luar, maupun dengan pimpinan dan karyawan di dalam sekolah itu sendiri. Beberapa aplikasi chatting yang populer saat ini antara lain: WhatsApp, Line, Facebook Messenger, Skype, dan Telegram.
- f. Aplikasi sistem informasi manajemen (SIM), merupakan sistem informasi yang diterapkan untuk menjalankan fungsi-fungsi organisasi sistem informasi akuntansi, keuangan, pemasaran, produksi, dan sumber daya manusia. Sistem-sistem informasi ini dikenal sebagai sistem informasi manajemen (management information system) yang sudah diterapkan di Amerika Serikat pada tahun 1970-an. Sistem informasi itu sendiri adalah kombinasi terorganisasi dari sumber daya manusia, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, kebijakan dan prosedur penyimpanan, penggunaan data, perubahan dan penyebaran data di dalam organisasi. Sumber daya manusia atau orang-orang menggunakan sistem informasi modern untuk berkomunikasi antara satu dengan lainnya melalui

perangkat fisik, prosedur dan instruksi proses informasi, saluran komunikasi, dan penyimpanan data.

Dengan demikian sistem informasi manajemen (SIM) adalah (1) kumpulan interaksi sistem-sistem informasi yang bertanggung jawab mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen di dalam kegiatan perencanaan sampai pengendalian untuk mencapai tujuan suatu organisasi; atau (2) suatu prosedur pengolahan data yang dikembangkan dalam sistem terintegrasi untuk memberi informasi yang tepat kepada manajemen dalam menjalankan dan mewujudkan tujuan organisasi. SIM itu sendiri merupakan penerapan sistem informasi secara tepat untuk mendukung fungsi, prosedur, dan tujuan manajemen.

Dalam implementasi SIM dalam mendukung kinerja humas, komponen-komponen utama yang digunakan adalah hardware (perangkat keras), software (perangkat lunak), brainware (sumber daya manusia), dan network (jaringan). Semua komponen tersebut digunakan untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, efektifitas, serta mendukung tercapainya tujuan, visi, dan misi sekolah. Dengan menggunakan sistem informasi, maka pimpinan dapat mengontrol aktivitas pegawai (staf) dalam melaksanakan tugasnya. Pimpinan beserta seluruh pegawai merupakan publik internal yang perlu diperhatikan dan dipenuhi kebutuhannya oleh organisasi. SIM dapat dihubungkan dengan jaringan lokal (intranet), jaringan luar (ekstranet) maupun dengan jaringan global (internet).

Penggunaan SIM yang terhubung dengan jaringan publik internal maupun publik eksternal merupakan salah satu implementasi electronic public relation. Fasilitas-fasilitas teknologi elektronik yang dijelaskan di atas perlu dimanfaatkan secara efektif oleh para praktisi dan profesional humas.³⁴

Konsep dan implementasi E-PR (elektronik public relation) merupakan cara baru mengelola humas yang melibatkan program-program aplikasi, pesan-pesan multimedia, dan jaringan internet sebagai satu kesatuan untuk melayani publik internal dan eksternal sekolah. Internet digunakan sebagai new media yang menghubungkan sekolah dan publik, mempunyai keuntungan, antara lain: (1) jaringan internet dapat digunakan oleh users di seluruh dunia tanpa batas waktu dan tempat; (2) internet bersifat interaktif sehingga mampu menjembatani pertukaran informasi antara organisasi dan publik secara timbal balik; (3) internet mampu menampilkan pesan-pesan multimedia, baik berupa teks, suara, gambar, video, grafis, atau animasi dalam satu format; (4) internet dapat diakses melalui perangkat mobile (smartphone, tablet) yang sudah menjadi kebutuhan dasar masyarakat saat ini; (5) melalui internet maka sekolah dan publik dapat menjadi sumber (pemasok) informasi, baik individu maupun kelompok dapat membuat website, menggunakan akun media sosial, dan lain-lain untuk menyampaikan pesa kepada pihak yang dituju (sasaran); dan (6) internet bersifat ekonomis, murah, dan mudah digunakan

³⁴ Mizanie and Irwansyah, "*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0.*"

oleh siapapun.³⁵ Dengan demikian, E-PR merupakan “humas masa depan” dan sekaligus menjadi “masa depan humas” itu sendiri karena humas sudah tidak dapat dipisahkan dengan teknologi informasi dalam melayani kebutuhan publik internal dan eksternal yang makin kompleks.

³⁵ Muhammad Anshar, “*Electronic Public Relation (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi Di Era Digital,*” *Jurnal Komodifikasi* 8, no. 2 (2019), Hal, 200–213.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan menggunakan jenis penelitian *field research*.³⁶ Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.³⁷

Penelitian Deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya dan dapat memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterakan pada berbagai masalah. Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran atau mencoba mencandra suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual dengan penyusunan yang akurat.³⁸

³⁶ Afrizal, *metode penelitian kualitatif, sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*, (jakarta: RajaGrafindo persada, 2014), Hal.13

³⁷ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), Hal. 4

³⁸ Supardi, *metodelogi penelitian ekonomi dan bisnis*, (yogyakarta: UII Press, 2005), Hal.

B. Subjek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus subjek penelitian sebagai individu, benda atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Selain itu menurut Amirin subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang mengenyainya ingin diperoleh keterangan.³⁹

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek yaitu kepala bidang humas IAIN Curup dan beberapa anggotanya yang berjumlah 7 orang, Ada beberapa pertimbangan peneliti dalam menentukan dan membatasi informan utama. Pertama, informan adalah pelaku utama sekaligus pemberi data utama bagi peneliti, sehingga memiliki relevansi secara langsung dengan penelitian. Kedua, informan mudah ditemui dan bersedia secara sadar untuk memberikan informasi tanpa keterpaksaan. Ketiga, informan semua Bagian Bidang humas serta pertimbangan lainnya yaitu mengenai biaya, waktu, lokasi, dan keadaan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis penelitian ini adalah Kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu metode yang berusaha menggambarkan secara sistematis,

³⁹ Milasari dkk, *Metodologi Penelitian*, (Padang Sumatra Barat :PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), Hal. 103

faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu.⁴⁰ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia deskriptif diartikan dengan menggambarkan.⁴¹ Deskriptif adalah metode yang menggunakan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁴²

2. Sumber data

Sumber data merupakan banyaknya data yang diperoleh dari subjek yang telah ditentukan. Data yang di ambil bersumber dari responden yaitu kepala dan anggota humas IAIN Curup yang berjumlah 7 orang. adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dua sumber primer dan skunder.

a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama , misalnya dari individu atau perseorangan.⁴³ Dengan demikian, Sumber data yang diterima dari responden yang diperoleh secara langsung dari kepala humas dan 7 orang anggota, melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Sumber data skunder

Data sekunder merupakan data yang telah di kumpulkan oleh pihak lain bukan oleh riset sendiri untuk tujuan yang lain. ini mengandung

⁴⁰ Husaini Usman dan Purnomo Setiandy Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), Hal. 4

⁴¹ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1994), Hal. 288

⁴² Consoelo dkk, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta : UI, 1993), Hal. 71

⁴³ Husein umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hal.

arti bahwa periset sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut (kadang sudah berbentuk informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan.⁴⁴ Periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk penelitiannya. Sumber data yang di ambil dalam data sekunder ini berupa dari literatur literatur penunjang, seperti bahan yang diambil dari perpustakaan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data selengkapya dan dapat dipertanggung jawabkan orisinalitasnya, maka tehnik yang peneliti lakukan dilapangan antara lain melui pengamatan (observasi), wawancara (interview), dan dokumentasi, ketiga tehnik ini dilakukan secara bertahap dan menyatu (integratif), berikut uraiannya:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁴⁵

Observasi juga merupakan pengamatan kepada suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang di kumpulkan dalam penelitian.⁴⁶ Observasi juga diartikan sebagai pengamatan dan catatan dengan sistematis fenomena-fenomena

⁴⁴ Istijanto, , *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (Cara Praktis Meneliti Konsumen Dan Pesaing*, 2003) Jakarta : Gramedia, Hal 38

⁴⁵ Abdurahman, Fatoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2006) Hal 104-105

⁴⁶ Djam'an Satori, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal. 105

yang diselidiki.⁴⁷ Adapun observasi menurut Suharsimi Arikonto sebagai berikut:

*“observasi adalah aktivitas untuk memperhatikan sesuatu dengan menggunakan alat indra, yakni melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap.”*⁴⁸

Dari penjelasan tersebut sangat jelas bahwa teknik observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek dan panca indra.

Dalam penelitian kualitatif sangat erat sekali hubungannya dengan catatan lapangan, catatan lapangan dalam penelitian bersifat deskriptif, artinya bahwa catatan lapangan ini berisi gambaran tentang latar belakang pengamatan, orang, tindakan dan pembicaraan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Dan bagian deskriptif tersebut berisi beberapa hal, diantaranya adalah gambaran diri fisik rekonstruksi dialog deskripsi, latar fisik, catatan tentang peristiwa khusus, gambaran kegiatan dan perilaku pengamat.⁴⁹

Dalam penelitian ini proses observasi akan dilakukan di bagian Humas IAIN Curup. proses observasi dilakukan dengan melihat bagaimana manajemen humas dalam memberikan informasi, dan melihat apakah ada kendala lembaga humas IAIN Curup dalam memberikan informasi.

⁴⁷ Sutrisno hadi, *etodologi research*, (yogyakarta: universitas gajah mada, 1981), hal. 136

⁴⁸ Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, edisi revisi (Jakarta: renika cipta, 1992), hal 102

⁴⁹ *Ibid*, hal. 156

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden. Dalam wawancara terdapat proses iteraksi antar pewawancara dengan responden.⁵⁰

Wawancara yang peneliti pakai adalah proses wawancara semi struktur (*semistructure interview*). Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat, dan ide-idenya.⁵¹

Wawancara ini dilakukan kepada 7 orang anggota Humas IAIN Curup. cara ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai manajemen humas iain curup, serta faktor yang mempengaruhi meningkatnya manajemen Humas IAIN Curup.

c. Dokumentasi

Menurut KBBI, dokumentasi merupakan suatu proses pengumpulan, pengolahan, pemilihan, dan juga penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan yang memberikan atau mengumpulkan bukti terkait dengan keterangan, seperti halnya kutipan, gambar, sobekan Koran, dan bahan referensi lainnya.

Gottschalk juga menyatakan bahwa dokumen (dokumentasi) dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang di

⁵⁰ *Ibid*, Hal. 92

⁵¹ Sugiyono, *metode penelitian pendidikan...*, Hal.320

dasarkan atas jenis sumber apapun baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran atau arkeologis.⁵²

Dokumentasi juga merupakan penggalian informasi melalui dokumen-dokumen penting seperti riwayat keberadaan, data-data pada kegiatan sosial, dan sebagainya. Lewat metode ini pula, peneliti berharap akan dapat melihat data dari dimensi yang lainnya selain yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara. Selain itu dokumentasi juga adalah suatu proses penelusuran terhadap literature dan arsip-arsip serta laporan-laporan yang peneliti jadikan bahan penunjang dalam proses penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menata secara sistematis catatan hasil konservasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan data sebagai temuan bagi orang lain.⁵³

Data yang telah dikumpulkan secara kritis dan diklasifikasikan dengan dengan variable permasalahan sehingga ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

⁵² Imam Gunawan, *Metode paenelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013), Hal. 175

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka cipta, 2001), Hal. 206

a. *Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dimaksudkan untuk memperoleh data yang lebih fokus mengarah terhadap permasalahan, halini dilakukan karena data yang menumpuk sulit memberikan gambaran yang jelas. Dan juga merupakan penyederhanaan yang muncul dari catatan di lapangan sebagai upaya untuk mengorganisasikan data dalam memudahkan menarik kesimpulan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pictogram dan sejenisnya. Namun, Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif.

c. *Verification* (Menarik Kesimpulan)

Reduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan bersifat saling berkaitan antar sebelum dan sesudah pengumpulan dan kemudahan membuat kesimpulan.⁵⁴ Mengumpulan data merupakan kesimpulan dari data-data informasi yang diperoleh dari hasil

⁵⁴ Anas Sujono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2001), Hal. 40

pengumpulan data baik menggunakan interview atau wawancara. Dan data yang terkumpul masih berupa data mentah yang belum diolah, sehingga masih perlu dipilih mana yang dianggap penting dan yang dianggap tidak penting hal ini dilakukan agar peneliti dapat menarik kesimpulan dari data yang sudah di pilih. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Penemuan ini dapat berupa deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi, penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.⁵⁵

⁵⁵ *Ibid*, Hal. 246

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah IAIN Curup

Kelahiran IAIN Curup memiliki latar belakang sejarah yang cukup panjang. Pada awalnya ia hanyalah sebuah Fakultas Ushuluddin yang berstatus sebagai fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang. Dengan kata lain, cikal bakal IAIN Curup ketika itu adalah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang berada di Curup. Gagasan pendiri Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan Pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup tanggal 21 Oktober 1962. Susunan 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.

Tak lama setelah Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Cabang Curup dibentuk, didirikan pula Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup. Gagasan Pendirian Fakultas Ushuluddin ini memperoleh sambutan hangat dan semangat dari seluruh lapisan masyarakat Curup. Dengan mendapat dukungan yang banyak dari berbagai pihak, pada Tahun 1963 Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup mendirikan Fakultas Syari'ah dengan status swasta. Fakultas

Syari'ah yang lahir ini dipimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai Dekan dan Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan.

Hampir bersamaan dengan 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 juga 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.

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan kontribusi penting bagi perkembangan peradaban Islam di Kabupaten Rejang Lebong, terutama bidang keagamaan. Fakultas Ushuluddin ini juga memperoleh apresiasi dan dukungan yang menggembirakan dari pemerintah daerah Rejang lebong. Salah satu bukti konkret dari perhatian pemda terhadap fakultas ini adalah bantuan yang

diberikan oleh Bupati Rejang Lebong Syarifuddin Abdullah pada tahun 1964, yaitu berupa 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.

Nampaknya bantuan bagi Fakultas Ushuluddin tidak hanya diperoleh semasa Bupati Syarifuddin Abdullah. Tahun 1967 ketika Drs. Mahally menjabat sebagai Bupati Kabupaten Rejang Lebong, disamping 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.

Dalam 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 adalah Perguruan Tinggi Negeri Islam favorit yang berada di Provinsi Bengkulu Kabupaten Rejang Lebong. Perguruan

Tinggi yang mulanya hanya sebuah Fakultas dari IAIN raden Fatah Palembang. Kini bukan 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.⁵⁶

2. Geografis IAIN Curup

Secara geografis IAIN Curup terletak pada kabupaten rejang lebong dengan posisi 120 19'-102 57' bujur timur dan 2 22' 7'- 3 31' lintang selatan. Secara topografi curup didominasi oleh daerah berbukit-bukit karena terletak pada daerah bukit barisan tidak terlebih jika kondisi fisik curup dapat dideskripsikan sebagai berikut: kelereng kurang datar sampai bergelombang; jenis tanah kurang andosol, regosol, potsolik, latasol dan allupial; tekstur tanah: sedang, lempung dan sedikit berpasir.

Kondisi geografis seperti itu tidak hanya mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi masyarakat, tetapi terkadang menentukan cara pandang (*word view*) masyarakat rejang lebong. rignal. W. Bibby (1997) dengan sangat baik telah menjelaskan hubungan antara kondisi geografi dengan struktur agama dan pandangan hidup satu masyarakat melalui artikelnya *going, going, gone: the impact of geograpical mobility on relegion implement*. Menurutnya kondisi geografis satu daerah mempengaruhi struktur agama, sosial, dan ekonomi masyarakatnya. Keunikan lainnya

⁵⁶ *Ibid*

adalah dalam aspek budaya. Faktanya IAIN Curup tumbuh dalam satu ruang sosial dan kebudayaan yang dihuni oleh etnis Rejang.⁵⁷

3. Visi dan Misi IAIN Curup

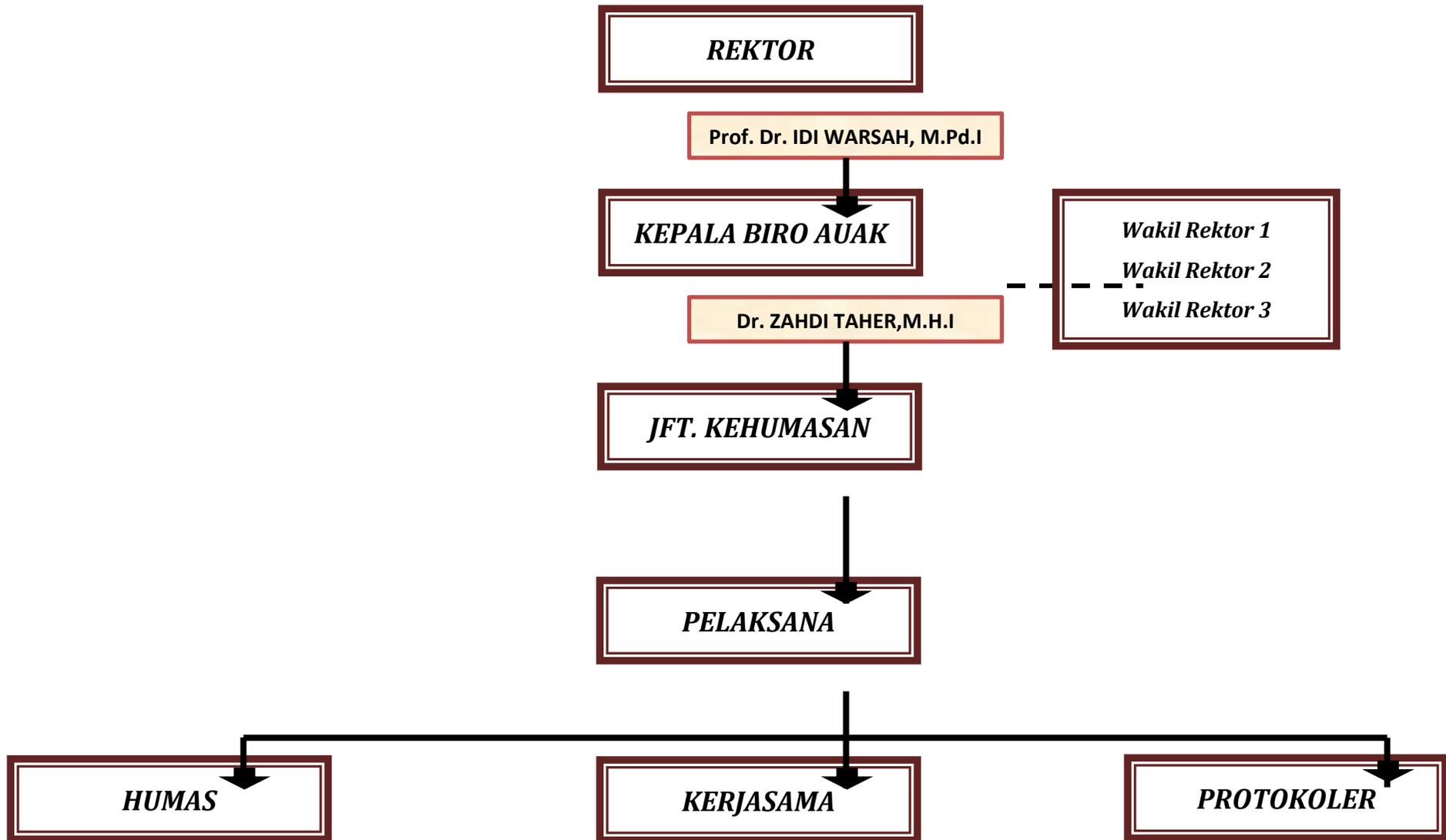
Visi IAIN Curup

Menjadi Perguruan Tinggi Yang Bermutu Dalam Pengembangan Ilmu Pengetahuan Islam Moderasi Ditingkat Asia Tenggara Tahun 2045

Misi IAIN Curup

- a. Mengembangkan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi
- b. Meningkatkan Publikasi Ilmiah Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi; Dan
- c. Melaksanakan Pemberdayaan Masyarakat Yang Bermutu Berbasis Islam Moderasi

⁵⁷ *Ibid*



B. Temuan Penelitian

1. Pemanfaatan sosial media oleh humas iain curup dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan teori dari George. R Terry, menurutnya manajemen humas adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan SDM (Sumber Daya Manusia) dan sumber-sumber lainnya.⁵⁸

a. Perencanaan

Dalam merencanakan publikasi ada beberapa tahapan perencanaan yang dilakukan Humas IAIN Curup dalam mempublikasi informasi kepada masyarakat seperti yang dijelaskan oleh analisis humas dan editor berita dibawah ini:

“ada tahapan yang dilakukan oleh humas dalam menyebarkan informasi pertama ada yang melaporkan ada kegiatan kampus ataupun fakultas bahwa ada kegiatan tersebut nanti humas akan kelokasi mulai meliput kegiatan dan setelah diliput akan dikemas menjadi informasi yang berguna dan dipahami, setelah itu kita posting ke website dan media sosial yang dikelola oleh humas. Sebelum kita posting dilihat oleh redaktur untuk dikoreksi oleh penanggung jawab masing-masing setelah itu baru diposting oleh penanggung jawab masing-masing”⁵⁹

⁵⁸ Husaini dkk, *Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan*, vol 4, no 1, jurnal JMKSP, Hal 50

⁵⁹ Eko Charles, Analisis Berita dan Editor Humas, Wawancara Tanggal 20 Mei 2024

Perencanaan humas IAIN Curup dalam memberikan informasi melibatkan beberapa langkah seperti identifikasi audiens, penentuan pesan yang jelas dan relevan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, serta evaluasi hasil untuk memastikan efektivitasnya.

“Sebelum kita memberikan informasi kepada masyarakat ada beberapa tahap yang harus dilakukan terlebih dahulu pertama kita melihat target informasi yang diberikan itu untuk siapa, lalu informasi yang disebarakan harus jelas mengenai apa, lalu pemilihan saluran untuk menyebarkan informasi kita menggunakan media sosial dan juga bekerja sama dengan media cetak, setelah semuanya sudah diposting maka seluruh anggota humas akan melakukan evaluasi kinerja agar kami mengetahui letak kekurangan dan apa yang dilakukan untuk lebih baik kedepannya.”⁶⁰

Maksud dari penjelasan di atas sebelum informasi disampaikan kepada masyarakat ada beberapa tahapan yang dilalui, pertama humas mengumpulkan informasi yang akan di sampaikan, baik dari internal maupun dari eksternal yang relevan setelah itu informasi diverifikasi, humas menyusun pesan yang jelas dan informatif sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin di capai.

Kemudian menulis berita dengan jelas, objektif, dan informatif menyajikan informasi dengan gaya yang mudah dipahami oleh pembaca. Selanjutnya melakukan penyuntingan untuk memeriksa dan memperbaiki kesalahan dramatikal, penyampaian yang tidak jelas dan menyesuaikan gaya penulisan dengan standar redaksi.

⁶⁰ Wahyu erlangga, staf humas, wawancara tanggal 03 Mei 2024

Selanjutnya melakukan penyuntingan untuk memeriksa dan memperbaiki kesalahan dramatika, penyampaian yang tidak jelas dan menyesuaikan gaya penulisan lalu menentukan platform atau saluran publikasi seperti media cetak, online atau media sosial dan menetapkan waktu yang tepat untuk menerbitkan berita. Setiap tahapan ini penting untuk memastikan bahwa berita yang dipublikasikan memiliki kualitas dan integritas yang tinggi.

Identifikasi audiens disini humas melibatkan pemahaman mendalam tentang siapa yang akan menerima informasi tersebut termasuk demografi, minat, nilai-nilai, dan kebutuhan audiens. Ini membantu dalam menyusun pesan yang relevan dan efektif. Pesan yang jelas dari humas dalam memberikan informasi adalah menyampaikan dengan singkat, jelas dan mudah dipahami oleh audiens tanpa menyisipkan ambigu atau pesan tersembunyi ini membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh orang-orang yang dituju.

Pemilihan saluran yang tepat untuk humas dalam memberikan informasi sangat tergantung pada target audiens dan jenis informasi yang ingin disampaikan. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk demografi audiens, preferensi media mereka serta tujuan komunikasi. Misalnya, untuk audiens lebih muda platform media

sosial lebih efektif sementara untuk audiens yang lebih tua surat kabar bisa lebih cocok.

Selain itu humas di IAIN Curup juga transparansi dalam memberikan informasi secara jelas, terbuka dan akurat kepada semua pihak terkait dengan institusi tersebut seperti program akademik, kegiatan mahasiswa, prestasi, dan informasi lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh staf humas IAIN Curup:

“humas IAIN Curup sangat transparan dalam memberikan informasi mengenai informasi akademik maupun non akademik, karna humas IAIN Curup ini ingin memperlihatkan kepada masyarakat bahwa IAIN Curup ini update memberikan informasi tersebut, dan agar masyarakat dapat melihat apa saja kegiatan mengenai IAIN Curup baik dalam maupun luar kampus”⁶¹

Humas memberikan informasi secara transparan kepada masyarakat, baik itu tentang kegiatan akademik, penelitian, maupun berita-berita penting lainnya terkait institusi tersebut. Manajemen humas yang transparan adalah pendekatan yang didasarkan pada prinsip keterbukaan dan kejujuran dalam komunikasi antara suatu organisasi atau perusahaan dengan berbagai pihak yang terkait, seperti karyawan, pelanggan, investor, media, dan masyarakat umum.

Transparansi ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi termasuk situs web resmi, media sosial dan pertemuan langsung dengan masyarakat. Transparansi humas penting untuk membangun

⁶¹ Meri Andaria, Analisis Tata Usaha dan Penyusun Bahan Informasi, wawancara pada tanggal 02 Mei 2024

kepercayaan dan mendukung hubungan yang baik antara IAIN Curup dan publiknya. Manajemen humas yang transparan dapat membantu organisasi membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan mereka, mengurangi risiko reputasi, dan meningkatkan citra merek mereka.

Didalam pelaksanaan humas IAIN Curup bekerja sama dengan media untuk memberikan informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu kepada masyarakat. Kerja sama ini meliputi penyediaan berita, wawancara dengan pejabat, komperensi pers, dan kegiatan lainnya yang memfasilitasi pertukaran informasi antara institusi dan masyarakat melalui media.

“Selain menggunakan beberapa media sosial dalam memberikan informasi, humas IAIN Curup juga bekerja sama dengan media cetak seperti curup ekspres, radar utara, radar bengkulu, bengkulu ekspres, dan radar kepahiang untuk memberikan informasi seperti informasi pendaftaran mahasiswa baru dan informasi mengenai wisuda”.⁶²

Dalam perencanaan komunikasi yang efektif juga melibatkan penyampaian pesan yang jelas, dipahami, dan diterima oleh penerima. Ini melibatkan keterlibatan aktif, mendengarkan dengan empati, penggunaan bahasa yang tepat, dan penyesuaian gaya komunikasi sesuai dengan audiens. Selain itu memperhatikan ekspresi tubuh dan juga penting untuk memastikan pesan disampaikan dengan baik, seperti yang dijelaskan oleh humas IAIN Curup dalam memberikan informasi sebagai berikut:

“Humas IAIN Curup dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial menerapkan komunikasi

⁶² Meri Andaria, Analisis Tata Usaha dan Penyusun Bahan Informasi, wawancara tanggal 02 Mei 2024

*yang efektif, karena dengan komunikasi efektif masyarakat dapat percaya informasi yang disebarkan itu berupa informasi yang akurat, jelas dan dapat di terima oleh masyarakat. Apalagi untuk menarik minat calon mahasiswa baru yang nantinya akan mendaftarkan diri ke IAIN Curup”.*⁶³

Dalam melaksanakan hubungan kampus dengan masyarakat berupaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan berbagai pengarahan dan motivasi agar setiap staf dapat melaksanakan kegiatan sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya. Melakukan pelaksanaan memberikan informasi kepada masyarakat Humas IAIN Curup memberikan informasi kepada masyarakat menggunakan media sosial dan bekerja sama dengan media lokal.

Penting untuk memiliki saluran komunikasi yang efektif antara IAIN Curup dengan masyarakat, baik melalui media sosial, situs web, surat kabar lokal, atau acara-acara komunitas. Manajemen humas yang efektif melibatkan penggunaan strategi komunikasi yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan mereka dengan cara yang paling efisien dan efektif.

b. Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan publikasi informasi kepada masyarakat dilakukan melalui berbagai media termasuk surat kabar, televisi, radio, dan media sosial. Melibatkan proses penulisan penyuntingan dan penyebaran

⁶³ Meri Andaria, Analisis Tata Usaha dan Penyusun Bahan Informasi, Wawancara Tanggal 02 Mei 2024

informasi yang relevan dan akurat kepada audiens. Untuk menyebarkan informasi humas IAIN Curup sangat memanfaatkan media sosial dan kebanyakan seluruh informasi yang disebarakan melalui media sosial, karena melalui media sosial masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan, baik itu mengenai penerimaan mahasiswa baru ataupun promosi kampus dan mengenai kerja sama. Tidak hanya melalui media sosial tapi juga melibatkan kerja sama dengan media cetak.

“humas IAIN Curup tentunya memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan media sosial agar semua informasi dapat diakses dengan mudah oleh semua pihak. Dengan menggunakan media sosial seperti tiktok, instagram, facebook, website, youtube.”⁶⁴

Penggunaan media sosial oleh humas IAIN Curup dalam memberikan informasi dapat membuka akses lebih luas kepada masyarakat mempercepat penyebaran berita dan memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui platform seperti facebook, instagram, youtube, website, tiktok, humas IAIN Curup dapat membagikan pengumuman acara dan informasi terkini secara cepat dan efisien.

Memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan masyarakat, serta memastikan informasi yang disampaikan dapat diakses dengan mudah oleh semua pihak. Manajemen humas dalam penggunaan teknologi adalah

⁶⁴ Meri Andaria, Analisis Tata Usaha Dan Penyusunan Bahan Informasi, wawancara 03 Mei 2024

praktik mengelola komunikasi dan hubungan antara suatu organisasi dengan publiknya, dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang tersedia. Ini mencakup penggunaan platform digital seperti situs web, media sosial, email, dan pesan instan untuk menyebarkan informasi, membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mengelola reputasi organisasi.

c. Evaluasi (*Evaluating*)

Melakukan evaluasi terhadap strategi Humas yang dilakukan secara berkala untuk mengetahui efektivitasnya, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan kinerja Humas. Manajemen Humas adalah fungsi penting dalam sebuah organisasi yang bertanggung jawab atas hubungan antara organisasi tersebut dengan publiknya, baik itu publik internal (karyawan, manajemen) maupun publik eksternal (konsumen, media, pemerintah, masyarakat umum).

“Setiap kegiatan, acara, ataupun postingan yang di sebarkan oleh humas pasti melakukan pembahasan terlebih dahulu dan selalu melakukan evaluasi sehabis mengerjakan pekerjaan yang berhubungan dengan informasi yang sebarkan melalui media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui letak kekurangan yang dilakukan oleh humas IAIN Curup itu sendiri.”⁶⁵

Evaluasi penyesuaian dalam konteks manajemen Humas merujuk pada proses penilaian terhadap sejauh mana strategi komunikasi dan aktivitas Humas organisasi berhasil menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal dan internal.

⁶⁵ Rahmad Salihin, Humas Dan Protokoler, Wawancara Pada Tanggal 06 Mei 2024

Dengan demikian, evaluasi penyesuaian dalam manajemen Humas adalah proses yang penting untuk memastikan bahwa organisasi mampu menavigasi tantangan dan peluang yang muncul di lingkungan eksternal dan internal mereka. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, manajemen Humas IAIN Curup diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat, transparan, dan mudah diakses kepada masyarakat, sehingga dapat membangun hubungan yang baik dan memperkuat citra positif institusi.

2. Kendala Humas IAIN Curup Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat

1. Kendala Humas IAIN Curup Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat

Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat bagi manajemen Humas IAIN Curup dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Sebagai berikut:

Salah satu faktor utama yang menghambat adalah keterbatasan sumber daya, baik itu sumber daya manusia, keuangan, maupun teknologi. Jika tidak ada cukup staf atau anggaran yang memadai, maka akan sulit untuk menyebarkan informasi dengan efektif. Dalam permasalahan SDM yang dihadapi oleh humas IAIN Curup ada beberapa permasalahan seperti yang dijelaskan oleh buk Meri sebagai berikut:

“Salah satu faktor penghambat humas IAIN Curup untuk menjalankan tugasnya yaitu kekurangan SDM, dan selain itu staf humas juga ada yang suda berumur dan itu membuat sedikit kesulitan untuk membagi kerja. walaupun demikian humas tetap menjalankan tugasnya dengan bekerja sama dan menerapkan panduan SOP yaang sudah ada.kalau untuk sumber daya seperti keungana dan tekonologi di humas sudah terpenuhi dengan baik.”⁶⁶

Keterbatasan sumber daya dalam bidang humas di IAIN Curup bisa menjadi masalah yang serius dalam memberikan informasi yang memadai kepada masyarakat. Beberapa kendala yang dihadapi adalah:

1) Tenaga

“untuk melakukan pekerjaan yang ada pada humas, staf yang ada sekarang belum terlalu mencukupi, tapi bukan berarti staf yang ada di humas IAIN Curup tidak mampu menjalankan tugas dengan bekerja sama, dan tugas yang dilaksanakan juga berkiblatkan pada SOP humas IAIN Curup”.⁶⁷

Jumlah staf yang terbatas dalam departemen humas bisa membuat sulit untuk menangani jumlah informasi yang masuk dan keluar dengan efisien. Ini bisa mengakibatkan keterlambatan dalam merespons permintaan informasi atau kesulitan dalam menyebarkan informasi dengan cepat.

2) Waktu

⁶⁶ Meri Andaria, Analisis Tata Usaha dan Penyusun Bahan Informasi, wawancara tanggal 02 Mei 2024

⁶⁷ Wahyu Erlangga, Staf Humas IAIN Curup, Wawancara Tanggal 03 Mei 2024

*“ untuk menjalankan tugasnya humas staf humas IAIN Curup juga terkendala dengan waktu, waktu yang cukup padat terkadang membuat pekerjaan kurang maksimal, karena para staf harus membagi waktu antara pekerjaan dan waktu pribadi ”.*⁶⁸

Dalam lingkungan yang sibuk, sumber daya humas memiliki waktu yang terbatas untuk fokus secara eksklusif pada tugas mereka. Hal ini dapat mengganggu kemampuan mereka untuk merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif.

3. Pendukung Humas IAIN Curup Dalam Menyebarluaskan Informasi Kepada Masyarakat

a) Infrastruktur

Dalam manajemen humas mengacu pada sarana dan prasarana untuk penyampaian informasi yang efektif seperti teknologi komunikasi, jaringan internet dan platform media. Humas IAIN Curup sudah sangat memadai. Dengan infrastruktur yang baik itu, humas dapat menyampaikan informasi dengan dan tepat kepada khalayak sasaran.

*“Infrastruktur yang ada di Humas IAIN Curup tidak ada kekurangan, akan tetapi kekurangan orang untuk mengoperasikan beberapa alat media yang ada.”*⁶⁹

⁶⁸ Wahyu Erlangga, Staf Humas IAIN Curup, Wawancara Tanggal 03 Mei 2024

⁶⁹ Wahyu Erlangga, Staf Humas IAIN Curup, Wawancara Pada Tanggal 06 Mei 2024

b) Keahlian Staf

Keahlian staf humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat sudah meliputi kemampuan untuk menyampaikan pesan yang jelas, tepat dan menarik melalui media sosial. Humas IAIN Curup juga memiliki keterampilan dalam mengelola krisis komunikasi, merancang strategi komunikasi yang efektif dan memahami bagaimana media bekerja untuk menyebarkan informasi dengan tepat.

“dalam menjalankan tugas nya anggota humas sudah memiliki bekal keahlian di bidangnya masing-masing, sehingga tidak ada kendala dalam melaksanakan tugas yang sudah diberikan tanggung jawab kepada setiap orang di humas”⁷⁰

c) Akses Teknologi Infomasi

Dalam mengakses teknologi informasi Humas IAIN Curup menyampaikan dengan cepat dan luas kepada masyarakat melalui berbagai platform seperti media sosial dengan ini memungkinkan humas untuk mencapai audiens yang lebih besar dan beragam dengan lebih efektif daripada metode tradisional seperti surat kabar atau siaran televisi. Dengan menggunakan teknologi informasi, humas dapat memberikan informasi yang relevan, terkini dan mudah diakses kepada masyarakat.

d) Kerja Sama Dengan Media

Humas IAIN Curup berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui kerja sama

⁷⁰ Eko Charles, Analisis Humas dan Editor Berita, Wawancara Tanggal 20 Mei 2024

dengan media. Humas menyusun strategi komunikasi, membangun hubungan baik dengan media dan menyampaikan pesan yang jelas dan akurat untuk memastikan informasi terdistribusi dengan baik kepada masyarakat dengan kerja sama media memungkinkan informasi untuk disampaikan secara lebih luas dan efektif.

“kami menggunakan website dan media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan Youtube untuk menyebarkan informasi, sedangkan kerja sama dengan media cetak itu kepada Curup Ekspres, Rakyat Bengkulu, Radar Bengkulu, Radar Utara, Bengkulu Ekspres, dan Radar Kepahiang.”⁷¹

e) Keterbukaan

Keterbukaan manajemen humas dalam memberikan informasi ini humas memiliki kemampuan atau kebijakan untuk secara jujur dan transparan menyampaikan informasi kepada publik atau stakeholders, tanpa menyembunyikan fakta atau menyajikan informasi yang meyesatkan. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan masyarakat.

C. Pembahasan Penelitian

Media sosial telah menjadi alat yang efektif bagi humas IAIN Curup untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Mereka dapat menggunakan platform tersebut untuk memberikan berita terkini,

⁷¹ Wahyu Erlangga, Staf Humas IAIN Curup, Wawancara Tanggal 06 Mei 2024

pengumuman, acara, dan kegiatan kampus lainnya secara cepat dan mudah di akses oleh khalayak selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara humas dan pengikutnya, sehingga memungkinkan pertukaran informasi yang lebih dinamis dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertanya atau memberikan masukan secara langsung.

Dengan demikian, penggunaan media sosial oleh humas iain curup tidak hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunikasi yang lebih baik dengan masyarakat. Media sosial yang digunakan oleh humas IAIN Curup yaitu instagram, facebook, tiktok, YouTobe, Website. Seperti yang dilampirkan dibawah ini:

1) Instagram

Instagram adalah platporm media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengikut mereka. Pengguna juga dapat melihat dan berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh pengguna lain melalui fitur-fitur seperti lika, komentar dan direct messange.

Gambar 4.1

Profil istagram IAIN Curup⁷²

Profil intagram IAIN Curup ini adalah halaman publik yang berisi informasi tentang pengguna instagram, termasuk foto dan video yang dibagikan, bio singkat, jumlah pengikut, jumlah yang diikuti, dan konten yang telah diposting.

Gambar 4.2

Postingan instagram IAIN Curup⁷³

⁷² https://www.instagram.com/iaincurup_?igsh=MXZkdTd0MnIrlZWFOYQ== , diakses pada tanggal 03 Mei 2024

⁷³ <https://www.instagram.com/v/C6loyzDBs80/?igsh=MTlmY3ZnMng4a3RrMg==> , di akses pada tanggal 03 mei 2024

Postingan ini adalah contoh informasi yang di share oleh humas IAIN Curup yang berupa informasi mengenai kunjungan IAIN metro lampung dalam rangka meningkatkan sinergi antar perguruan tinggi dalam pengelolaan surat berharga syariah negara (SBSN).

2) Facebook

Facebook adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan orang lain diseluruh dunia. Pengguna dapat membagikan pembaruan status, foto, video dan berinteraksi melalui komentar, pesan, dan berbagai fitur lainnya. Facebook juga menyediakan berbagai layanan tambahan seperti group, halaman bisnis, acara, dan pasar.

Gambar 4.3

Profil facebook IAIN Curup⁷⁴



⁷⁴ <https://www.facebook.com/prifile.php?id=100014294910843> , diakses pada tanggal 03 Mei 2024

Profil facebook IAIN Curup merujuk kepada halaman di platform facebook yang berisi informasi tentang pengguna seperti foto, status, minat dan memungkinkan berinteraksi dengan masyarakat.

3) Tiktok

Tiktok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek. Pengguna dapat membuat video dengan musik latar, efek visual, dan vilter serta monoton dan berinteraksidengan video yang dibuat oleh pengguna lain. Tiktok telah menjadi populer dikalangan diberbagai kelompok usia dan memiliki beraga konten mulai dari tarian, lip-sync, komedi pendek hingga tutorial kreatif.

Gambar 4.4
Profil tik-tok IAIN Curup⁷⁵



Prifil tiktok adalah halam pengguna di platform tiktok yang berisi informasi tentang pengguna, termasuk video yang dibuat oleh mereka, jumlah pengikut, jumlah video yang diposting, dan deskripsi singkat tentang pengguna

⁷⁵ https://www.tiktok.com/@iaincurup?_t=8m5jfNeNqhc&@r=1 , diakses pada tanggal 03 Mei 2024

tersebut. Pengguna dapat mengedit profil mereka dengan foto profile, nama pengguna, bio singkat, dan tautan kesitus web atau media sosial lainnya. Ini adalah tempat dimana pengguna dapat menunjukkan kepribadian mereka dan menarik pengikut dengan konten yang mereka buat.

Gambar 4.5

Postingan tik-tok IAIN Curup⁷⁶



Postingan ini adalah contoh informasi yang disebarakan melalui media sosial tiktok, informasi tersebut berisi tentang penyuluhan bantuan baznas kabupaten rejang lebong kepada mahasiswa IAIN Curup tahun 2024.

4) Website

Website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat di akses melalui internet. Ini bisa berisi berbagai jenis informasi,

⁷⁶ https://www.tiktok.com/@iaincurup/vidio/73298537675395559685?@t=8m5jhSaXIW7&_r=1, diakses pada tanggal 03 Mei 2024

mulai dari teks, gambar, video, hingga interaksi pengguna seperti formulir dan komentar.

Gambar 4.6

Postingan website IAIN Curup⁷⁷



Informasi yang diposting di website IAIN Curup dapat bervariasi, beberapa jenis informasi yang diposting di website IAIN Curup meliputi artikel, berita, panduan, tutorial, video, dan gambar yang bisa berinteraksi dengan pengguna seperti komentar atau forum.

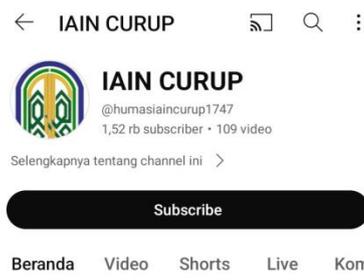
⁷⁷<https://iaincurup.ac.id/2024/04/30/iain-curup-serahkan-bantuan-untuk-korban-banjir-lebong/> diakses pada tanggal 03 Mei 2024

5) Youtube

Youtube adalah platform video daring yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis pengguna dapat menemukan berbagai jenis konten mulai dari vlog pribadi hingga tutorial musik dan film. Youtube telah menjadi salah satu situs web paling populer didunia dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya.

Gambar 4.7

Profil YouTube IAIN Curup⁷⁸



Profil youtube adalah halaman publik yang mencakup informasi tentang seorang youtuber seperti video yang diunggah, deskripsi chanel, tautan media sosial dan informasi kontak. Ini adalah cara bagi pengguna youtube untuk mengetahui lebih lanjut tentang chanel dan konten yang dihasilkan oleh youtuber tersebut.

⁷⁸ <https://youtube.com/@humasiaincurup1747?si=6ePZxKdP3RffE7e> , diakses pada tanggal 03 Mei 2024

Gambar 4.8

Postingan youtube IAIN Curup⁷⁹

Gambar di atas merupakan contoh postingan youtube IAIN Curup mengenai sidang senat terbuka tahun 2024.

Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif dalam strategi komunikasi humas, IAIN Curup dapat lebih mudah dan cepat menyebarkan informasi kepada masyarakat serta membangun hubungan yang lebih baik dengan berbagai pihak terkait

⁷⁹ https://www.youtube.com/live/i8nwZCCH-a0?si=ieA_IFna89Zgc9gT , diakses pada tanggal 03 Mei 2024

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Manajemen humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat adalah pentingnya transparansi, akurasi dan responsivitas dalam menyampaikan pesan agar menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dan masyarakat serta membangun kepercayaan yang kuat. Humas di IAIN Curup dalam memberikan informasi kepada masyarakat melibatkan pendekatan yang proaktif dan terbuka mereka juga menekankan pentingnya komunikasi dua arah dengan mendengarkan masukan dan tanggapan dari masyarakat untuk meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan. Selain itu, mereka mungkin menekankan pentingnya menyajikan informasi secara akurat, jelas dan tepat untuk memastikan transparansi membangun citra yang baik.

B. Saran

Dalam memberikan informasi secara efektif manajemen humas IAIN Curup bisa mempertimbangkan beberapa hal yang pertama membangun hubungan yang baik dengan media dan masyarakat untuk memudahkan aliran informasi, yang kedua dalam memberikan informasi dengan jujur dan transparan terutama dalam situasi yang sensitif atau kontroversial, ketiga melakukan evaluasi secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi dan identifikasi area yang perlu diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ada'an, Hamdan. 2013. *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Afrizal. 2014. *metode penelitian kualitatif, sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*. jakarta: Rajagrafindo persada
- Andipate, Anwar. 2020. *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, Dan Riset*. Kota Depok, PT Raja Grafindo Persada
- Andipate. Anwar. 2020. *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, Dan Riset*. Kota Depok, PT Raja Grafindo Persada.
- Anggoro, Linggar. 2010. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 1992 *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, edisi revisi Jakarta: renika cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Proses Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka cipta
- Consoelo dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI
- Fatah, Nanang. 2009. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fatoni, Abdurahman. 2006. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta:PT Rineka Cipta
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode paenelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*. Jakarta:PT Bumi Aksara
- Hadi, Sutrisno. 1981. *etodologi research*. yogyakarta: universitas gajah mada
- Hardjito, Dydiet. 2013. *Teori Organisasi dan Teknik Pengoorganisasian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Husaini dan Purnomo. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ikawardani, Novita. 2022. *Psikologi Dasar Dan Pengembangan Kepribadian*. Sumatera Barat:PT. Global Eksekutif Teknologi.

- Istijanto. 2003. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Cara Praktis Meneliti Konsumen Dan Pesaing*. Jakarta : Gramedia
- Jefkins , Frank. 1991. *Public Relations*. Jakarta:Erlangga.
- Jubaedah, Eda.*Peran Hubungan Masyarakat Dalam Mewujudkan Transparansi Pemerintah Daerah*, Jurnal Ilmu Administrasi.
- Malik, Deddy . 2014. *Humas Membangun Citra dengan komunikasi*. Bandung:
- Milasari dkk. 2022. *Metodologi Penelitian*. Padang Sumatra Barat :PT Global Eksekutif Teknologi
- Moeleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations*. Edisi Pertama. Jakarta. Prenada Media Group
- Morissan. 2008 . *Manajemen Public Relation*. Jakarta : Kencana.
PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2021. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sagala , Syaiful. 2000. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Satori, Djam'an. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Siswanto. 2014. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Soenaro, Endang. 2013. *Pengantar Teori Perencanaan Pendidikan Berdasarkan Pendekatan Sistem*. Yogyakarta: Mitra Gama Widya
- Sujono, Anas. 2001. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : Raja Grafindo
- Supardi. 2005. *metodelogi penelitian ekonomi dan bisnis*. yogyakarta:UII Press.
- Torang , Syamsir. 2013. *Organisasi & Manajemen*. Prilaku,Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi. Bandung: Alfabeta
- Tuginem. Dkk. 2018. *Otomatisasi Dan Tata Kelola Humas Dan Keprotokolan*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Umar Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Usman , Husaini. 2013. *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

JURNAL

Anshar, Muhammad. 2019. *Electronic Public Relation (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi Di Era Digital*. *Jurnal Komodifikasi* 8, no. 2

Dete Dkk, 2022. *Strategi Humas Dan Protokol Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat*, Vol 7, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*

Husaini dkk, 2019. *Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan*. vol 4, no 1. *jurnal JMKSP*

Juhji Dkk, *Pengertian, Ruang Lingkup Manajemen, Dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*, Vol 1, *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*

Mizanie and Irwansyah, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0*.

Noviantiani Dkk, 2021. *Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Man 2 Lombok Timur*, *Jurnal Manajemen Dan Budaya*, Vol 1 No.1

Nurnisya Dkk. 2016. *Peran Humas Pemerintahan Kota Yogyakarta Dalam Sosialisasi Tagline*, Yogyakarta, Vol 4 No.2

Sandyakala, Mutiara. 2020. *peran public relation dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan*, vol 30, *jurnal at-Tadbir*.

Sari, Wina. 2019 *fungsi dan peran humas di lembaga pendidikan*, vol 7, *communicology*

Supratman, Lucy. 2018. *Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native,*” *Jurnal Ilmu Komunikasi* vol 15, no. 1

WAWANCARA

Dery Prastatian, Bidang Desain Grafis

Eko Charles, Bidang Analisis Humas dan Editor Berita

Meri Andaria, Bidang Analisis Tata Usaha dan Penyusun Bahan Informasi

Rahmad Salihin, Bidang Humas dan Protokoler

Wahyu Erlangga, Bagian Staf Humas

INTERNET

Binus University. Landasan Teori. Di akses dari library.binus.ac.id-2024

<https://iaincurup.ac.id/2024/04/30/iain-curup-serahkan-bantuan-untuk-korban-banjir-lebong/>

<https://iaincurup.ac.id/sejarah-singkat/>,

<https://www.facebook.com/prifile.php?id=100014294910843>

https://www.tiktok.com/@iaincurup//vidio/73298537675395559685?@t=8m5jhSaXIW7&_r=1

https://www.tiktok.com/@iaincurup?_t=8m5jfNeNqhc&@r=1

https://www.youtube.com/live/i8nwZCCH-a0?si=ieA_IFna89Zgc9gT

https://www.instagram.com/iaincurup_?igsh=MXZkdTd0MnlrZWFOYQ==

<https://www.instagram.com/v/C6loyzDBs80/?igsh=MTlmY3ZnMng4a3RrMg==>

<https://youtube.com/@humasiaincurup1747?si=6ePZxKdP3RffE7e>

www.iaincurup.ac.id

KARYA ILMIAH

Elyus and Soleh. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19*

L

A

M

P

I

R

A

N

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam Negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2022 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022 tanggal 18 April 2022 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022-2026;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0700/In.34/2/KP.07.6/09/2023 tanggal 29 September 2023 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : 08 September 2023

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan
Pertama : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Menunjuk Saudara :
1. Anrial, MA : 19810103 2023211 021
2. Femalia Valentine, M.A : 1988010 4 202012 2 002
Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- Nama : Sintia Monika
Nim : 20521069
Judul Skripsi : Manajemen Humas IAIN Curup Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. 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 : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi 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. Bendahara IAIN Curup;
 2. Kasubbag FUAD IAIN Curup;
 3. Dosen Pembimbing I dan II;
 4. Prodi yang Bersangkutan/
 5. Layanan Akademik
 6. Mahasiswa yang bersangkutan.

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



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DEKAT BELAKANG

NAMA	: SIMTIA MOHIKA
NIM	: 20521069
PROGRAM STUDI	: KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS	: UCHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PEMBIMBING I	: ANRIAL, M.A
PEMBIMBING II	: Femalia Valentine, M.A
JUDUL SKRIPSI	: MANAJEMEN HUMAS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP DALAM MEMBERIKAN INFORMASI
MULAI BIMBINGAN	: 21 FEBRUARI 2024
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
			PEMBIMBING II
1.	21/02/2024	PERBAIKAN PROPOSAL (LATAR BELAKANG)	
2.	23/02/2024	PENAMBAHAN (LATAR BELAKANG)	
3.	28/02/2024	PERBAIKAN & REVISI PROPOSAL (Judul & Isi)	
4.	6/03/2024	ACC PROPOSAL dan buat SK Pembimbing	
5.	7/03/2024	mengulas tentang isi proposal	
6.	15/03/2024	PERBAIKAN DAFTAR PUSTAKA	
7.	1/04/2024	REVISI BAB 1, 2, 3	
8.	22/04/2024	ACC BAB 1, 2, 3 SKRIPSI	
9.	3/05/2024	Tambah hasil wawancara BAB 4	
10.	27/05/2024	ACC BAB 1-5 SKRIPSI	
11.			
12.			

SIKSA BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
 SUDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
 CURUP

CURUP,202

PEMBIMBING I,

PEMBIMBING II

ANRIAL, M.A
 NIP. 198101032023211012

Femalia Valentine, M.A
 NIP. 198801042020122002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)
Jl. Dr. AK. Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21759

SURAT KETERANGAN CEK SIMILARITY

Admin turnitin program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam menerangkan bahwa telah dilakukan pemeriksaan *similarity* terhadap proposal/skripsi/tesis berikut:

JUDUL : Manajemen Humas IAIN Curup Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat
NAMA : Sintia Monika
NIM : 20521069

Dengan tingkat kesamaan sebesar 27%

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Curup, 05 Juni 2024
Pemeriksa, Admin Turnitin Prodi KPI

[Signature]
Intan Kurnia Syaputri, M.A.

Dokumentasi Observasi



Wawancara Bapak Dery Prastatian,
Bidang Desain Grafis Humas IAIN Curup



Wawancara Bapak Wahyu Erlangga, Bidang
Staf Humas IAIN Curup



Dokumentasi Infrastruktur Humas IAIN
Curup



Wawancara Bapak Rahmad Salihin,
Bidang Humas & Protokoler

