

**STRATEGI HUMAS UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
DALAM MENINGKATKAN CITRA KAMPUS DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disusun Oleh :

Frenica Adva Rasta
NIM. 204103010066

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
**FAKULTAS DAKWAH
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
OKTOBER 2024**

**STRATEGI HUMAS UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
DALAM MENINGKATKAN CITRA KAMPUS DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :



Frenica Adva Rasta
NIM. 204103010066

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Disetujui Pembimbing



Dr. Drs. Abdul Choliq, M.I.Kom
NUP. 201603110

STRATEGI HUMAS UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
DALAM MENINGKATKAN CITRA KAMPUS DI ERA DIGITAL

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Oktober 2024

Tim Penguji

Ketua

David Ilham Yusuf, M.Pd.I
NIP. 198507062019031007

Sekretaris

Muhammad Farhan, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 2008088804

Anggota :

1. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si
2. Dr. Drs. Abdul Choliq, M.I.Kom

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah

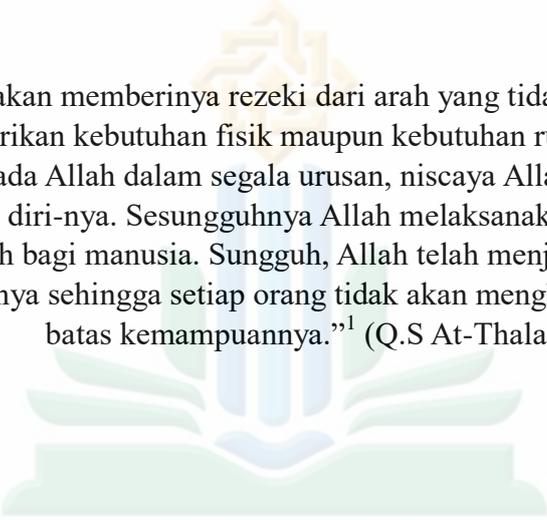


Prof. Dr. Fawaizul Umam, M. Ag
NIP. 19730227200031001

MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ^ع وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ^ع إِنَّ اللَّهَ
بَلِغُ أَمْرِهِ^ع قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

Dan Dia pun akan memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya dengan memberikan kebutuhan fisik maupun kebutuhan ruhani. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah dalam segala urusan, niscaya Allah cukup sebagai tempat mengadu bagi diri-nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya dengan penuh hikmah bagi manusia. Sungguh, Allah telah menjadikan segala sesuatu dengan kadarnya sehingga setiap orang tidak akan menghadapi masalah di luar batas kemampuannya.”¹ (Q.S At-Thalaq: 3).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERSEMBAHAN

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ <https://quran.nu.or.id/at-thalaq/3>, diakses pada tanggal 24 Juni 2024, pukul 21:35 WIB

Alhamdulillah dengan penuh syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya, skripsi ini dapat disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana. Dengan segenap cinta dan kasih sayang, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Puji syukur kepada Allah SWT tuhan semesta alam berkat iringannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan hati yang lapang.
2. Terima kasih kepada kedua orang tuaku, Fredy Dewantoro dan Ninik Liswati yang selalu memberikan doa terbaik terhadap peneliti pada proses perjalanannya yang selalu memberikan dukungan dan bantuan baik moral maupun material.
3. Terima kasih kepada kedua adikku, Agustina Rasta Dewi dan Farel Argiano Dewantoro yang telah memberi dukungan dan motivasi agar skripsi ini cepat selesai.
4. Terima kasih kepada Moza Safirra, Dody Ristam, serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah membantu dan peduli memberikan semangat agar skripsi ini cepat selesai.
5. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah bertahan dan menikmati proses yang panjang dalam penulisan skripsi. Semoga skripsi ini menjadi karya terbaik yang dapat memotivasi saya untuk belajar lebih baik lagi.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya. Perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi yang berjudul **“Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital”** yang merupakan salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Kesuksesan ini dapat peneliti peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag., M.M. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah.
3. Ahmad Hayyan Najikh, M. Kom.I. Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Drs. Abdul Choliq, M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan masukan, arahan dan saran kepada peneliti dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti menimba ilmu di bangku perkuliahan.
6. Lembaga Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember atas segala pengertian dan kerjasamanya selama peneliti melaksanakan penelitian.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Semoga semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi mendapat ridho dan rahmat-Nya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 01 Oktober 2024

Peneliti

Frenica Adya Rasta

NIM. 204103010066



ABSTRAK

Frenica Adya Rasta, 2024: *Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital.*

Kata Kunci: *Era Digital, Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Meningkatkan Citra, dan Strategi*

Pembahasan terkait humas perguruan tinggi, tidak lepas dari suatu fenomena humas atau hubungan masyarakat sudah menjadi bagian dari beberapa lembaga saat ini. Meningkatkan citra di era digital, perlu memakai media sosial untuk membranding lembaga tersebut, seperti Instagram, Youtube, Tiktok, dan lain sebagainya. Humas/Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah lembaga yang memanfaatkan media digital untuk bisa mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi karena dapat diakses oleh siapapun.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah : (1) Bagaimana strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital ? (2) Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital?. Tujuan penelitian skripsi ini adalah : (1) Untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan oleh humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital. (2) Untuk mengetahui apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi humas UIN Kiai Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital.

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan, hasil wawancara dengan narasumber sebagai berikut : (1) Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus dengan menggunakan media digital yaitu media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube dan media elektronik seperti radio dan televisi. Kemudian, mencetak flyer, banner, dan brosur dilanjutkan dengan sosialisasi ke beberapa Sekolah Menengah Atas. Selain itu, usaha untuk menunjang branding ialah universitas juga melakukan kerjasama dengan 12 media online. (2) Tantangan dan hambatan humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia humas, keterbatasan alat dokumentasi publikasi, harus update terkait konten-konten yang sedang viral, mencari ide-ide yang menarik, dan mengecek engagement secara berkala.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Definisi Istilah | 11 |
| F. Sistematika Pembahasan | 14 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 16 |
| A. Penelitian Terdahulu | 16 |
| B. Kajian Teori | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 38 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 38 |
| B. Lokasi Penelitian | 39 |
| C. Subyek Penelitian | 39 |

| | |
|---|------------|
| D. Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| E. Analisis Data..... | 44 |
| F. Keabsahan Data | 47 |
| G. Tahap-tahap Penelitian | 48 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS | 52 |
| A. Gambaran Objek Penelitian | 52 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | 57 |
| C. Pembahasan Temuan | 90 |
| BAB V PENUTUP | 101 |
| A. Simpulan | 101 |
| B. Saran..... | 102 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 103 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Website UIN KHAS Jember..... | 72 |
| Gambar 3.2 Instagram UIN KHAS Jember | 77 |
| Gambar 3.3 TikTok UIN KHAS Jember..... | 78 |
| Gambar 3.4 YouTube UIN KHAS Jember..... | 78 |
| Gambar 3.5 Saluran WhatsApp UIN KHAS Jember | 79 |
| Gambar 3.6 Facebook UIN KHAS Jember..... | 80 |
| Gambar 3.7 Twitter UIN KHAS Jember..... | 80 |
| Gambar 3.8 Brosur PMB UIN KHAS Jember | 81 |
| Gambar 3.9 Banner/Flyer UIN KHAS Jember | 81 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada zaman digital saat ini, kehidupan dikenal dengan meluasnya ilmu pengetahuan teknologi dan informasi yang sangat cepat. Berbagai macam hal saat ini mampu dicapai dengan cepat secara instan, seperti pada suatu informasi yang pada hakikatnya informasi ialah hal yang sangat penting untuk setiap individu maupun masyarakat. Hubungan masyarakat merupakan salah satu organisasi yang adanya sebuah proses untuk menciptakan hubungan yang sejahtera antara sebuah perguruan tinggi islam negeri dengan partnernya, usaha untuk melahirkan kesan yang membahagiakan serta menguntungkan sehingga, akan timbul pandangan publik yang memberikan keuntungan bagi kelangsungan hidup perguruan tinggi islam negeri tersebut.

Humas juga menjadi salah satu bagian yang harus bersama dari bagian suatu manajemen, baik yang ada di lembaga pemerintah, swasta dengan tujuan menjembatani kebijaksanaan ketatalaksanaan humas untuk mewujudkan kerjasama yang lebih kreatif dan melakukan pekerjaan bersama yang lebih ringkas.² Humas juga bertanggungjawab dalam mengajarkan hubungan yang sejahtera antara perguruan tinggi islam negeri dengan partnernya, yang memiliki hal penting terhadap lembaga melalui berbagai bentuk kegiatan komunikasi dua arah timbal balik. Peranan humas di perguruan tinggi islam negeri setelah ditelaah sangat diharapkan dapat membangun reputasi yang

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

² Sr. Maria Assumpta Rumanti, 2002, "Dasar-dasar Public Relations", Jakarta, PT. Grasindo, hal. 8

berpengaruh pada nilai perguruan tinggi islam negeri tersebut, karena proses pembentukan citra perguruan tinggi islam negeri ini pada akhirnya sudah pasti melahirkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku terhadap perguruan tinggi islam negeri.

Berdasarkan dari Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan Pelaksanaan *good governance*, pengelolaan data dan informasi menjadi penting dan strategis untuk menghasilkan data dan informasi kementerian agama, kebutuhan publik, dan keputusan menteri agama republik Indonesia.³ Namun, hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena strategi kampus meningkatkan citra di era digital saat ini menjadi persaingan yang sengit di setiap perguruan tinggi islam negeri.

Fenomena sosial pada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang ditugasi untuk menjalankan kehumasan ialah Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, humas di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember menarik untuk dikaji karena perlu dibangun citra positif dari persepsi publik bisa dinilai kurang berkualitas yang isinya orang-orang desa, tetapi berdasarkan fakta yang dikaji sebelumnya humas kampus berhasil membawa peningkatan di tiap tahunnya, meskipun sempat terkendala karena covid di tahun 2019-2021 yang mengakibatkan mahasiswa harus mengikuti perkuliahan daring atau online. Pada tahun 2023 lalu sebanyak 15.751 mahasiswa, diantaranya 8,21% berasal dari luar provinsi jawa timur.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³ Uraian Tugas PDIS UIN KHAS Jember, diakses pada tanggal 27 maret 2024, pukul 22:08 WIB, hal 1, <https://lpm.uinkhas.ac.id>

Humas kampus menerapkan tujuh inovasi untuk membangun citra positif bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Pertama, membangun alat relationship, karena selama ini telah membangun banyak hubungan dengan berbagai media dan ingin terus menjaga hubungan itu lebih baik dari sebelumnya. Kedua, melakukan sosial media manajemen, karena media sosial menjadi wadah yang relevan untuk berinteraksi dengan lebih banyak audience serta menjadi alat menyebarkan informasi dan membangun citra positif kampus di masyarakat. Ketiga, program krisis manajemen, karena akan mempersiapkan diri untuk menghadapi serta merespon situasi krisis dengan efektif. Keempat, melakukan branding kampus, karena ingin membangun branding Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang lebih maju dan lebih modern di masyarakat serta membuat konten kreator untuk menghasilkan konten-konten yang menarik dan relevan di Instagram atau di media sosial lainnya. Kelima, mengadakan pelatihan pengembangan sumber daya masyarakat, karena semuanya bisa memiliki dan sesuai keahliannya. Keenam, membuat program keterlibatan masyarakat, karena ingin melibatkan masyarakat dalam kegiatan hak jawab atau informasi. Ketujuh, program kampanye komunikasi, karena mengkampanyekan komunikasi yang terarah dan mempromosikan produk layanan yang ada di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terutama layanan BLU (Badan Layanan Umum) sehingga humas

dalam hal ini bisa mempromosikan yang berkaitan dengan produk-produk Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.⁴

Hal itu dilakukan sejak 27 November 2023 padahal tugas dan fungsinya Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei menurut Organisasi dan Tata Kerja (ortaker) ialah melakukan memprosesan dan membangun metode informasi manajemen, memelihara koneksi dan aplikasi, mengelola data, dan pengembangan teknologi yang lain, sedangkan fungsinya ialah menyusun rencana, membuat acara, dan anggaran, mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi, memproses teknologi informasi, komunikasi, dan data, memberikan pemeliharaan di bidang teknologi informasi, komunikasi, dan data, mengembangkan dan mengelola sistem informasi, mengembangkan dan memproses koneksi, dan melaksanakan administrasi. Penetapan organisasi dan tata kerja UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada 09 November 2021.⁵

Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei telah difungsikan tugasnya oleh UIN KHAS Jember sebagai humas pada masa Prof. Dr. Babun Suharto masih menjabat sebagai rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni sejak 11 Mei 2021 hingga saat ini telah habis masa jabatannya dan digantikan oleh Prof. Dr. Hepni karena Pusat Data

⁴ Locusjatim.com, Kembali Nahkodai PDIS, Afandi Siap Hadirkan 7 Inovasi Pengembangan HUMAS UIN KHAS Jember, diakses pada tanggal 28 April 2024, <https://locusjatim.com/news/kembali-nahkodai-pdis-afandi-siap-hadirkan-7-inovasi-pengembangan-humas-uin-khas-jember/>

⁵ BN. 2021 No. 1234/www.peraturan.go.id, Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember; diakses pada tanggal 28 April 2024, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/219529/peraturan-menag-no-28-tahun-2021>

Informasi Kelembagaan dan Survei diharapkan untuk menciptakan citra positif UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dapat mengkomunikasikan segala informasi kepada publik serta diwajibkan memiliki bakat keterampilan jurnalistik dan multimedia yang kuat, baik dalam hal pengelolaan pemberitaan, konten kreatif, flyer, serta pembuatan poster. Pengelolaan audio visual seperti live streaming dan video kegiatan, serta pengelolaan website dan media sosial kampus.⁶ Tujuan ini dijelaskan dalam rencana strategi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan juga keterikatan dasar civitas akademika UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagai Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri yang kompetitif dengan Perguruan Tinggi Umum lainnya di tengah masyarakat.⁷ Dalam hal membangun branding melalui media sosial sangat berpengaruh pada meningkatkan daya tarik publik dan grade perguruan tinggi islam negeri, maka dari itu Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei berusaha konsisten dalam hal publikasi, baik berupa konten maupun berita di setiap harinya.

Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei merupakan salah satu unit organisasi yang berada dibawah naungan Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) pada bidang pengelolaan data dan sistem informasi yang diketuai oleh Dr. Moh. Nor Afandi, SPd.I., M.Pd.I. Data dan informasi merupakan harta warisan dan sumber daya yang penting bagi organisasi. Keberadaan Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

⁶ Humas, Sejarah UIN KHAS Jember, <https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>, diakses pada tanggal 29 April 2024, pukul 20:48 WIB

⁷ Humas, Sejarah UIN KHAS Jember, <https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>, diakses pada tanggal 03 Januari 2024, pukul 17:15 WIB

Jember adalah dalam skema melakukan kegiatan penjaminan mutu di kampus, khususnya untuk melakukan Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) maupun mengancangkan dilaksanakannya Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) dalam lingkaran akreditasi lembaga maupun program studi akreditasi, oleh karena itu, data dan informasi harus dikendalikan dan terbentuk. Data dan informasi mempunyai manfaat yang penting bagi keahlian dan kesuksesan kerja UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kemudian terdapat 3 divisi yaitu; divisi audiovisual, divisi design grafis, dan divisi berita. Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember juga mempunyai kontributor dari para mahasiswa berbagai program studi, sebanyak 20 kontributor dalam berbagai bidang yaitu; videographer, presenter, konten kreator, dan jurnalistik.⁸

Sebagaimana diketahui bahwa, masalah paling sering yang mungkin dihadapi oleh perguruan tinggi adalah meningkatkan citra positif kampus. Strategi untuk meningkatkan citra kampus di era digital sudah biasa menjadi persaingan pada setiap perguruan tinggi, maka setiap perguruan tinggi harus mempunyai strategi atau cara yang tepat untuk meningkatkan citra kampus di era digital saat ini. Strategi ini tidak bisa dibuat sembarangan, terutama di suatu perguruan tinggi jika terjadi masalah maka akan terorganisasi dengan buruk dan gagal meningkatkan citra kampus. Kesan citra secara menyeluruh yang dapat dialami masyarakat, calon mahasiswa, mahasiswa, dan institusi lain, terhadap kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember berkaitan dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸ Wawancara Muhammad Ghani Ramadhan, pada tanggal 25 Maret 2024, pukul 12:31

alat kemudahan pendidikan, nama baik lembaga, serta kualitas pendidikan seperti : akreditasi perguruan tinggi, fakultas, dan program studi atau jurusan yang ada di kampus.

Bentuk pencitraan yang telah dikerjakan oleh Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk membuat suatu citra yang baik pada masyarakat umum adalah dengan menghadirkan prestasi-prestasi serta perubahan positif yang sudah didapatkan oleh UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Hal ini dilaksanakan karena kerjasama dengan media digital akan memberikan frekuensi publisitas yang tinggi, dan akan menghadirkan efek yang besar terhadap pembentukan opini publik dalam waktu yang relatif singkat brosur, majalah, banner, aplikasi Tiktok, Instagram, Youtube, dan Website adalah media sosial dan media digital yang saat ini banyak dipakai oleh Perguruan Tinggi Islam Negeri tersebut. Tetapi, memiliki perbedaan dalam bentuk penyampaian pesan yang mereka sampaikan.

Citra universitas menjadi pandangan masyarakat, calon mahasiswa, dosen, dan mitra eksternal. Citra universitas bisa terbentuk melewati berbagai macam faktor, diantaranya kualitas akademik, fasilitas universitas, lingkungan pembelajaran, keberhasilan lulusan, jaringan industri, dan komunikasi yang efektif. Citra yang positif dan kreatif tidak hanya memperlihatkan reputasi universitas, tetapi juga berefek pada daya tariknya melalui calon mahasiswa baru, kualitas dosen dan staff, hubungan dengan partner akademik dan

industri, serta dukungan dari publik.⁹ Pembentukan citra yang positif memiliki arti kualitas pada suatu lembaga di depan umum dianggap baik, sedangkan kapabilitas tergolong dua pemahaman yakni terkait kemampuan dan kepercayaan.

Pembahasan mengenai strategi meningkatkan citra kampus ini menjadi penting untuk diteliti karena pemerintah dengan kementerian riset, teknologi, dan pendidikan tinggi (Kemendikbudristek) yang menjalankan pekerjaan sebagai penjamin mutu pendidikan tinggi melewati proses evaluasi dan pelaporan. Menurut peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 tentang penyelenggaraan pendidikan tinggi dan pengelolaan perguruan tinggi BAB I Pasal 1 berbunyi “Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program profesi, serta program spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.”¹⁰

Berkaitan dengan konteks strategi meningkatkan citra kampus di era digital menjadi salah satu wacana utama yang harus dikaji secara berkelanjutan. Hal ini dikarenakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan generasi Z, apabila tidak diterapkan strategi meningkatkan citra kampus di era digital ini, ditakutkan akan kurang terlatih dalam mengatasi stress, terutama karena mereka tumbuh dalam dunia

⁹ Pk Ojong, Menjadi Lebih Baik: Strategi untuk Meningkatkan Citra Kampus yang Memikat, <https://www.kompasiana.com>, diakses pada tanggal 28 maret 2024, pukul 00:37 WIB

¹⁰ Yulfi Bagus Irmawan & Dr. Erny Roesminingsih, M. Si, “Manajemen Humas untuk Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi”, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 9, No. 5, Tahun 2021

yang serba tidak pasti dan penuh tekanan.¹¹ Diperlukan adanya strategi yang baik dan terencana untuk meningkatkan citra kampus di era digital dalam mengatur program unggul kampus yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, apabila tidak ada strategi yang baik, semua program tersebut tidak akan berlangsung dengan lancar dan tercapainya tujuan yang telah ditentukan.

Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember saat ini sedang membuka Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) jalur SPAN-PTKIN, UM-PTKIN, UM-MANDIRI, UM-PASCA dengan melakukan pembuatan brosur dan banner untuk media cetak kemudian membuat konten di Tiktok, memposting feed dan story di Instagram, Facebook, dan Twitter terkait Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Media yang digunakan untuk meningkatkan citra kampus adalah media digital yakni media sosial, media online, media elektronik, dan media cetak. Media digital yaitu media sosial, media online, dan media elektronik yang dimaksud adalah Website, Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, Saluran Whatsapp, Televisi, dan Radio, kemudian terdapat media cetak yaitu brosur, banner, dan flyer. Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei memiliki tugas melakukan persiapan kebijakan teknis, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, dan mengelola data, dan pengembangan serta pendayagunaan sistem informasi pada bidang tridarma perguruan tinggi.

Pada kenyataannya, peran Pusat Data Informasi Kelembagaan dan

Survei sama dengan peran humas secara umum. Peran humas secara umum

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹¹ Riki Choyrol Huda, “Krisis yang Dihadapi Gen Z di Era Digitalisasi”, <https://www.rri.co.id/lain-lain/509071/krisis-yang-dihadapi-gen-z-diera-digitalisasi>, diakses pada tanggal 10 Januari 2024, pukul 14:35 WIB

adalah membangun citra positif, mengelola informasi dan komunikasi, merencanakan serta melaksanakan program promosi dan publikasi, serta menjaga reputasi organisasi agar tetap terjaga dan dipertahankan dalam lingkungan yang dinamis dan beragam, begitu juga dengan peran Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei adalah kerjasama internal dan eksternal di setiap kegiatan fakultas, pascasarjana, lembaga, dan unit, pengelolaan data, pengembangan informasi, dan survei dengan media baik online maupun visual, melakukan sosialisasi dan publikasi lembaga, dan memberikan informasi mengenai Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Maka dari itu, saya mengambil judul penelitian ini adalah Strategi Humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian kualitatif, dalam penelitian harus mempunyai fokus penelitian yang jelas dan dijabarkan dalam kalimat yang singkat. Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dijelaskan di atas, dari penelitian yang berjudul “Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital” memberikan fokus pada penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital?
2. Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital?

C. Tujuan Penelitian

Peneliti harus mempunyai gambaran dan tujuan terkait arah yang akan di teliti, berikut tujuan penelitian tersebut :

1. Untuk mengetahui strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital.
2. Untuk mengetahui apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa membawa manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan, manfaat penelitian adalah terkait kegunaan apa saja yang terdapat pada penelitian ini, baik secara praktis maupun teoritis yaitu sebagai berikut¹²:

1. Manfaat Teoritis dalam penelitian ini, yaitu:
 - a. Bisa memberikan informasi dan ilmu mengenai strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital.
 - b. Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang bisa dijadikan bahan acuan bagi para peneliti selanjutnya dalam mempelajari strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital.

¹² Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Pres, 2021).

- c. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dan masukan dalam beberapa mata kuliah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Manfaat Praktis

Bagi Peneliti

Peneliti bisa memberikan sarana pembelajaran terkait strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital yang didapatkan dibangku kuliah sehingga didapatkan pula di dunia kerja. Diharapkan juga bisa menambah pengalaman, pengetahuan, dari wawasan sebagai ilmu yang dapat dipraktikkan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu berkaitan terkait penjelasan istilah-istilah penting yang menjadi titik pusat perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuan dari definisi istilah yakni untuk memudahkan pemahaman dan kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka akan dijabarkan secara singkat dan mudah dimengerti terkait dengan definisi istilah yang berada dalam judul berikut :

1. Strategi Humas

Menurut Anwar Arifin strategi adalah keputusan yang sepenuhnya jika terkait perbuatan yang mau dilakukan untuk mencapai tujuan.¹³

Sedangkan strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu rencana atau susunan cara untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi

atau lembaga tertentu.

Humas termasuk bagian dari lembaga yang memiliki fungsi terdepan dalam memberikan pelayanan informasi dan komunikasi baik dengan publik, selain itu memiliki tanggung jawab untuk menjaga *image* sehingga meningkatkan citra untuk meraih *good will* dan simpati dari khalayak. Korelasi humas ke dalam berupa suatu perbaikan serta peningkatan dengan cara pembentukan budaya perguruan tinggi, seperti motivasi, kedisiplinan, produktivitas kerja, serta meningkatkan pelayanan. Sedangkan, korelasi humas ke luar berupa memberikan kepercayaan dan gambaran positif perguruan tinggi sekaligus mempertahankan citra asal produk yang sudah dihasilkan. Teknologi digunakan di dalam rangkaian kegiatan hubungan masyarakat sangat diperlukan untuk membuat jaringan relasi yang dibutuhkan dalam suatu Perguruan Tinggi Islam Negeri.¹⁴ Sedangkan humas yang di inginkan untuk penelitian ini adalah Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei di bawah naungan Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan salah satu tugasnya adalah mensosialisasikan kuantitas dan kualitas kampus Islam Negeri UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kepada masyarakat luas.¹⁵

¹⁴ Aswad Ishak, "Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi", Jurnal Aspikom, Vol. 1, Tahun 2021

¹⁵ Wawancara Muhammad Ghani Ramadhan, pada tanggal 25 Maret 2024, pukul 12:31

2. Citra Kampus

Citra ialah rangkaian keyakinan, pemikiran, dan kesan yang dipunyai oleh seseorang terhadap suatu sasaran. Pengertian lain, strategi untuk memberikan pesan terkait suatu obyek bisa melahirkan dampak positif, dan menghasilkan citra yang positif juga dipemikiran masyarakat, jika penyampaian pesan dikemas dengan baik, tepat, dan efektif.¹⁶ Selanjutnya, citra yang di maksud dalam penelitian ini adalah citra perguruan tinggi bekerja sama dengan perusahaan atau lembaga eksternal maupun internal untuk memberikan citra yang positif bagi perguruan tinggi islam negeri.

3. Era Digital

Era digital ialah masyarakat saat ini lebih banyak memakai metode digital dalam kehidupan sehari-harinya. Zaman digital saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda memang akan mengubah kehidupan.¹⁷ Sedangkan era digital saat ini, mayoritas manusia lebih mengandalkan media digital untuk mendapatkan informasi atau saling berkomunikasi, daripada memakai media lain, akibatnya yang dekat menjadi jauh dan yang jauh menjadi lebih dekat. Kemudian, persaingan yang sesak di zaman digital menuntut perguruan tinggi untuk berlomba-lomba dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, itulah era digital yang di maksud dalam penelitian ini.

F. Sistematika Pembahasan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁶ Khoiruddin Muchtar dan Dedi Herdiana, hal. 318

¹⁷ Puji Rahayu, "Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak", *Jurnal Al-Fathin*, Vol. 2, Tahun 2019

Sistematika pembahasan ini berisi terkait gambaran jalan skripsi mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Sistematika pembahasan terdiri dari :

BAB I, berisi pendahuluan. Bab ini mengulas terkait konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan definisi istilah.

BAB II, berisi kajian kepustakaan. Bab ini berisi terkait penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang hendak diteliti, serta kajian teori yang mengkaji terkait judul penelitian.

BAB III, berisi tata cara penelitian. Pada bagian ini berisi terkait pendekatan serta jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, metode pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV, berisi penyajian data serta analisis yang mengulas terkait cerminan obyek penelitian serta pembahasan temuan yang terdapat di lapangan.

BAB V, berisi penutup. Bagian ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian serta anjuran atau saran yang bertautkan dengan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu untuk perbandingan dan tolak ukur penelitian. Sebagai referensi untuk melakukan penelitian, maka peneliti melaksanakan kajian kepustakaan dari berbagai karya tulis. Setelah melakukan pemeriksaan ternyata belum ada judul penelitian ini, namun terdapat beberapa karya tulis penelitian yang mendukung penelitian ini.¹⁸ Diantaranya sebagai berikut :

1. **Nur Kholisoh & Yenita, “Strategi Komunikasi Public Relations & Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit X di Jakarta)”, diterbitkan pada tahun 2020.**¹⁹ Tujuan penelitian ini adalah seiring berjalannya waktu dengan berkembangnya era, teknologi membawa dampak yang sangat besar di setiap bagian kehidupan, seperti hubungan masyarakat dan citra. Rumah sakit X ialah rumah sakit punya pemerintah, yang termasuk perusahaan nirlaba untuk memberikan pemeliharaan yang tepat dan fleksibel kepada seluruh anggota masyarakat. Rumah sakit ini, bagian hubungan masyarakat perlu mengembangkan perizinan untuk menjaga reputasi rumah sakit milik pemerintah di khalayak umum. Pekerjaan untuk meningkatkan citra

¹⁸ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Pres, 2017), hal. 75

¹⁹ Nur Kholisoh & Yenita, “Strategi Komunikasi Public Relations & Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit X di Jakarta)”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No. 3, Tahun 2020

rumah sakit, pendekatan hubungan yang sejahtera dibutuhkan agar meningkatkan hubungan baik dengan public internal dan eksternal.

2. **Wulan Mulya Asih, Khoiruddin Muchtar, & Yusuf Zaenal Abidin, “Pengelolaan Digital PR Dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @Masjidtrans”, diterbitkan pada tahun 2020.**²⁰ Tujuan penelitian ini adalah digital PR salah satu fungsi kehumasan di era digital yang tugasnya yaitu mengelola media sosial milik lembaga. Masjid Trans Studio Bandung ialah salah satu masjid yang berhasil menerapkan manajemen PR digital untuk membuat akun media sosial Instagram @masjidtrans lebih menarik antusiasme masyarakat. Manajemen PR digital akan mengumpulkan konten dakwah di akun Instagram masjid trans studio bandung serta mengembangkan jamaahnya untuk menghadiri acara yang telah diadakan di masjid tersebut.
3. **M. Syarifuddin Haromain, “Peran Humas dan Manajemen Opini Public di SMP-SMA Al Bina Islamic Boarding School”, diterbitkan pada tahun 2023.**²¹ Tujuan dari penelitian ini adalah demi menganalisis bagaimana peran hubungan masyarakat, memanfaatkan media digital, dan manajemen opini publik yang bisa mempengaruhi citra dan reputasi sekolah. Hasil tersebut memberikan informasi bahwa, hubungan masyarakat sekolah mempunyai peran strategis untuk membangun citra positif SMP-SMA Al Bina Islamic Boarding School. Media digital

²⁰ Wulan Mulya Asih, Khoiruddin Muchtar, & Yusuf Zaenal Abidin, “Pengelolaan Digital PR Dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans”, *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2020

²¹ M. Syarifuddin Haromain, “Peran Humas dan Manajemen Opini Public di SMP-SMA Al Bina Islamic Boarding School”, *Jurnal Penelitian Inovatif*, Vol. 3, No. 3, Tahun 2023

sebagai alat yang berhasil untuk berkomunikasi dengan siswa dan orang tua, sementara manajemen opini publik dapat menolong sekolah mengelola persepsi publik agar lebih berpengaruh. Penelitian ini memberikan wawasan terkait strategi yang dapat dilakukan oleh sekolah untuk memperkuat peran hubungan masyarakat, memanfaatkan media digital secara maksimal, dan mengelola opini publik secara efisien. Sehingga, ini dapat menolong mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik. Era digital saat ini, peran hubungan masyarakat dan manajemen persepsi publik akan menjadi sangat penting dalam pembahasan pendidikan, khususnya di SMP-SMA AL Bina Islamic Boarding School.

4. **Nur Lailly Tri Wulansari, Kurnia Nur Fitriana, Nurul Khotimah, Danu Eko Agustinova, Lena Satlita, “Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Distraktif 4.0 dan Society 5.0 Tantangan dan Strategi”, diterbitkan pada tahun 2023.**²² Tujuan dari penelitian ini adalah zaman industri 4.0 dan zaman society 5.0. Menurut Nurjani, periode industri 4.0 diungkapkan sebagaimana zaman peralihan teknologi, karena otomatis dan koneksi dalam suatu bagian kehidupan akan memberikan efek pergerakan dunia pembuatan bahan baku dan persaingan kerja yang menjadi tidak seimbang di pasar tenaga kerja. Sehingga, menimbulkan kekhawatiran masyarakat meningkat terhadap kemungkinan perubahan tugas manusia menjadi alat sebuah penggerak bahan baku yang sedang disingkirkan oleh adanya teknologi seperti

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²² Nur Laily Tri Wulansari, Kurnia Nur Fitriana, Nurul Khotimah, Danu Eko Agustinova, & Lena Satlita, “Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Distraktif 4.0 dan Society 5.0 Tantangan dan Strategi, *Jurnal Ilmu-Ilmu Social*, Vol. 20, No. 1, Tahun 2023

Artificial Intelligence (AI) dan robot cerdas. Hubungan masyarakat (humas) ialah sebuah profesi yang saat ini sedang ramai di masyarakat baik dalam lembaga, perusahaan, maupun organisasi kemasyarakatan. Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) termasuk perguruan tinggi yang ingin menjadi *World Class University* (WCU) yang telah tercatat dalam dua rencana besar pembuatan Indonesia menuju emas pada tahun 2025, yaitu Undang - Undang Nomor 17 Tahun 2007 dan MP3EI yang telah ditetapkan UNY.

5. **Sarah Santosa, Roswita Oktavianti, “Berpikir Kreatif Humas di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Akun @Untarjakarta)”, diterbitkan pada tahun 2023.**²³ Tujuan penelitian ini adalah memfungsikan media sosial untuk meningkatkan reputasi lembaga yang telah dikatakan bahwa salah satu cara publik. Hubungan terhadap media sosial terlalu strategis untuk menyebarkan informasi melewati salah satunya media sosial yang dilakukan dengan penelitian, strategi rancang, taktik, dan berlaku hasil. Hasil sukses kerja manusia dapat dilihat dari melalui penonton dan strategi yang digunakan serta pengaruh yang diberikan. Menurut Munandar, berpikir kreatif atau berimajinasi adalah rangkaian proses memahami masalah, memikirkan kemungkinan dan teori terkait masalah, mencari jawaban, dan akhirnya mencari kesimpulan dan akhirnya menciptakan ide-ide baru dalam memahami sesuatu.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²³ Sarah Santosa & Rosita Oktavianti, “Berpikir Kreatif Humas di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Akun @Untarjakarta)”, *Jurnal untar prologia*, Vol 7, No. 1, Tahun 2023

6. **Sayida Meisani, “Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia”, diterbitkan pada tahun 2021.**²⁴ Tujuan dari penelitian ini adalah agar bisa mengetahui dan menjabarkan bagaimana strategi komunikasi hubungan masyarakat dapat membangun reputasi perusahaan pada PT. Pos Indonesia di Kabupaten Garut. Hasil penelitian tersebut yakni melaksanakan dua komunikasi, peran humas PT. Pos Indonesia adalah perpanjangan tangan pemerintah untuk melayani masyarakat. Salah satu pembangunan negara, terutama di bagian komunikasi dan logistic, agar tercapainya tujuan hubungan masyarakat PT. Pos Indonesia di Kabupaten Garut dalam meningkatkan reputasi pemerintah jadi sangat dibutuhkan kerja keras, kedisiplinan, kemampuan atau skill, dan keahlian yang profesional di bagian hubungan masyarakat.
7. **Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, Satria Ali Syamsuri, “Implementasi Cyber Public Realtions Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital”, diterbitkan pada tahun 2019.**²⁵ Tujuan penelitian ini adalah Media Cyber *Public Relation* Universitas Singaperbangsa Karawang Media sosial merupakan nama lain dari situs koneksi sosial yang memakai alat baru, seperti Website, kemudian media sosial contohnya, Facebook, Twitter,

²⁴ Sayida Meisani, “Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia”, *Jurnal Digital Media dan Hubungan*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2021

²⁵ Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhammad, & Satria Ali Syamsuri, “Implementasi Cyber Public Relations Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital”, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2019

Instagram, Youtube, dan lain sebagainya. Tujuan sosial media untuk acara hubungan masyarakat antara lain adalah : 1) Mampu membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen. 2) Mampu cepat proses membuat keputusan. 3) Membangun *brand awareness* dan *user engagement*. 4) Mempermudah marketing. Hal ini bisa diartikan bahwa suatu pemikiran atau gagasan mampu berkembang sangat cepat hanya dengan membagikan pemikiran tersebut. 5) Menurunkan dana. Dengan membangun media sosial jadi lebih efisien dari perusahaan, seperti mengurangi dana komunikasi karena dengan media sosial semua pengguna adalah “juru bicara”, bisa juga memangkas dana penelitian karena media sosial mempermudah untuk melangsungkan survei kepada konsumen dan mendapatkan saran langsung dari konsumen.

8. **Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, & Lusia Handayani, “Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara”, diterbitkan pada tahun 2020.**²⁶ Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana cara hubungan masyarakat badan kepegawaian negara dalam membranding kualitas layanan informasi di periode 4.0. strategi *cyber* humas untuk membangun kualitas layanan seperti melakukan penyesuaian kepada khalayak umum, grafik informasi, dan skema, membuat pesan sesuai khalayak umum, mempublikasi dengan gambar bersuara, dan

²⁶ Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, & Lusia Handayani, “Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2020

melakukan pemilihan pemeliharaan informasi publik sebagai evaluasi dengan pemanfaatan *cyber* hubungan masyarakat.

9. Adrian Ali Fadhilla & Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, “Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Lembaga”, diterbitkan pada tahun 2023.²⁷

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami dan memahami terkait strategi atau sebuah cara media relation yang dipakai hubungan masyarakat menjaga citra Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peran hubungan masyarakat Universitas 17 Agustus Surabaya dalam formasi publikasi *press release*, mengadakan acara konferensi pers, memasang iklan yang bersifat berbayar kepada bagian yang sesuai dengan media massa melalui daftar media. Hubungan masyarakat Universitas 17 Agustus Surabaya menjalin hubungan sangat erat dengan partner kerjasama media massa dengan cara media *collection*, memberikan fasilitas pusat media untuk bekerja, membawa segala informasi, menyampaikan komunikasi timbal balik dengan para wartawan yang membahas berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.

10. Dwi Fathiannisa dan Sri Ekowati P, “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional (Studi kasus pada RSUP Persahabatan

²⁷ Adrian Ari Fadhilla & Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, “Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Lembaga, *Jurnal Representamen*, Vol. 9, No. 1, Tahun 2023

Jakarta)”, diterbitkan pada Desember 2020.²⁸ Tujuan penelitian ini adalah dengan adanya rumah sakit memberikan keluasaan pada pasien untuk memilih rumah sakit mana yang dikira telah sama dengan kebutuhannya, sehingga rumah sakit diharapkan mempunyai pemeliharaan yang berkualitas dan perhatian kepada kepuasan pasien. Cara hubungan Masyarakat untuk membangun pelayanan rumah sakit yang terpenting ialah mampu menyelesaikan dan menangani keluhan pasien. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat kesan baik serta respon positif dari pasien yang berobat di RSUP Persahabatan sangat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Sehingga, adanya rumah sakit memberikan peluang pada pasien untuk memilih rumah sakit mana yang mereka kira telah sesuai dengan kebutuhannya.

Tabel 2.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian

| No | Nama dan Tahun | Judul penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----|------------------------------|--|---|---|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| 1 | Nur Kholisoh & Yenita, 2020. | Strategi Komunikasi Public Relations & Citra Positif Organisasi (Kasus <i>Public Relations</i> Rumah Sakit X di Jakarta) | Persamaannya dengan penelitian kualitatif dan pembahasannya terkait <i>Public Relations</i> atau Humas. | Perbedaannya dengan penelitian terdahulu lebih mengarah kepada kasus <i>PR</i> Rumah sakit X di Jakarta sedangkan penelitian ini berfokus pada humas UIN Kiai |

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁸ Dwi Fathiannisa & Sri Ekowati P, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional (Studi Kasus pada RSUP Persahabatan Jakarta)”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol. 8, No. 4, Tahun 2020

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| | | | | Haji Achmad Siddiq Jember meningkatkan citra kampus di era digital. |
| 2 | Wulan Mulya Asih, Khoiruddin Muchtar, & Yusuf Zaenal Abidin, 2020. | Pengelolaan Digital <i>PR</i> Dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans | Persamaanya menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. | Memiliki perbedaan yakni lebih mengarah pada proses digital <i>PR</i> dalam membungkus konten dakwah di Instagram Sedangkan penelitian ini fokus pada humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember meningkatkan citra kampus |
| 3 | M. Syarifuddin Haromain, 2023. | Peran Humas dan Manajemen Opini Public di SMP-SMA Al Bina Islamic Boarding School. | Mempunyai persamaan menggunakan metode kualitatif dan strategi humas meningkatkan citra pendidikan | Perbedaannya yakni terletak pada lokasi penelitian sedangkan penelitian ini berfokus pada humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember meningkatkan citra kampus |
| 4 | Nur Lailly Tri Wulansari, Kurnia Nur Fitriana, Nurul Khotimah, Danu Eko Agustinova, Lena Satlita, 2023 | Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Disruptif 4.0 dan Society 5.0 Tantangan dan Strategi | Memiliki persamaan kualitatif dan di era society 5.0 atau era digital. | Perbedaan penelitian terdahulu di era disruptif 4.0 sedangkan penelitian ini fokus di era digital atau society 5.0. |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| 5 | Sarah Santosa, Roswita Oktavianti, 2023. | Berpikir Kreatif Humas di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Akun @Untarjakarta) | Memiliki persamaannya yakni meningkatkan citra perguruan tinggi dan memakai metode kualitatif. | Perbedaan yang dimiliki yakni pemikiran kreatif humas dan lokasi di Jakarta, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan fokus di era digital. |
| 6 | Sayida Meisani, 2021 | Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia | Persamaannya yaitu memakai pendekatan kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus penelitian, dan Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. | Perbedaannya pada penelitian terdahulu lebih mengarah pada Perusahaan PT Pos Indonesia sedangkan penelitian saya fokus pada UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di era digital. |
| 7 | Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, Satria Ali Syamsuri, | Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Universitas Singaperbangsa Karawang pada | Persamaan penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode kualitatif | Perbedaannya adalah meneliti bisnis seorang <i>public relations</i> yang memakai media internet sebagai media |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | 2019 | Persaingan Era Digital | | sarana publikasinya, sedangkan penelitian saat ini fokus pada seorang humas yang meningkatkan citra UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. |
| 8 | Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, & Lusia Handayani, 2020 | Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara | Persamaan penelitian terdahulu memakai metode kualitatif dan pemanfaatan aktivitas online dalam mengasihkan layanan informasi public di era 4.0. | Perbedaannya adalah penelitian ini lebih mengarah mengembangkan kualitas pemeliharaan informasi public 4.0 di badan kepegawaian negara sedangkan penelitian saya berfokus pada strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember meningkatkan citra kampus di era digital. |
| 9 | Adrian Ali Fadhillah & Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, 2023 | Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam | Memiliki persamaan yaitu memakai penelitian kualitatif dan membahas terkait strategi humas | Perbedaan penelitian terdahulu yakni pada lokasi penelitian sedangkan penelitian ini fokus pada strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | | Menjaga Citra Lembaga | | Jember meningkatkan citra di era digital. |
| 10 | Dwi Fathiannisa dan Sri Ekowati P, 2020 | Strategi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional | Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif serta membahas tentang strategi humas | Penelitian terdahulu membahas terkait strategi humas untuk meningkatkan pemeliharaan yang ada di rumah sakit sedangkan penelitian ini membahas tentang meningkatkan citra di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. |

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

Pembahasan teori yang akan menjadi rujukan untuk melaksanakan penelitian terdapat pada bagian ini, pemahaman peneliti terkait permasalahan yang ingin diselesaikan sesuai dengan peraturan dan tujuan penelitian akan lebih dikembangkan dengan pembahasan teori yang lebih menyeluruh dan komprehensif. Pendirian teori dalam penelitian kualitatif, digunakan sebagai bahan atau cara pandang peneliti, bukan sebagai sesuatu yang ingin diuji, berbeda dengan penelitian kuantitatif.²⁹

²⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan karya ilmiah* (Jember, IAIN Jember Pres, 2021).

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berawal dari bahasa Yunani “strategy” bermakna pemahaman perang atau pemimpin militer. Strategi ialah seni merencanakan operasi militer, seperti metode penentuan taktik atau posisi perang. Strategi itu dasarnya, seni dan ilmu yang memakai dan mengembangkan kompetensi untuk mencapai tujuan yang telah disetujui sebelumnya.³⁰ Berdasarkan Henry Mintzberg yang dikutip oleh Sandra Oliver, strategi relasi publik memberikan 5 kegunaan strategi yakni:

- 1) Suatu rencana : kesadaran tindakan yang diinginkan.
- 2) Suatu cara : pengecohkan lawan dari gerakan yang spesifik.
- 3) Suatu pola : tindakan dan rangkaian.
- 4) Suatu posisi : penempatan organisasi di lingkungan tertentu.
- 5) Suatu perspektif : pandangan terhadap dunia dengan cara terintegrasi.³¹

b. Tahap – Tahapan Strategi

Proses penerapan strategi memakai beberapa tahapan, diantaranya :

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dikerjakan untuk menyusun strategi yaitu dengan merancang strategi atau menyusun langkah pertama.

³⁰ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2006), hal. 2

³¹ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, hal. 2

2) Implementasi Strategi

Setelah merancang dan menentukan strategi yang di tetapkan, tahap selanjutnya ialah melakukan strategi yang disetujui tersebut. Langkah ini, membutuhkan komitmen atau kepercayaan dan kerjasama dari semua bagian, tingkat, dan anggota organisasi.

3) Evaluasi Strategi

Tahapan akhir yaitu evaluasi pelaksanaan strategi, evaluasi ini sangat dibutuhkan karena keberhasilan yang sudah digapai bisa diukur lagi untuk merencanakan tujuan selanjutnya.³²

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, dapat diambil kesimpulan bahwa, strategi ialah suatu rencana kegiatan penentuan dan penempatan sumber daya dalam hal berhasilnya pencapaian tujuan tertentu.

2. Humas

a. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat dalam bahasa inggris diartikan dengan istilah *Public Relations (PR)*, *public* yakni sekumpulan orang yang mempunyai perhatian, keinginan, dan kepentingan yang sama. Sedangkan *relations* berasal dari bahasa inggris yang artinya “hubungan”.³³

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³² Fred R. David, *Manajemen Strategis (Konsep)*, Salemba Empat, 2019, hal. 5

³³ Irene Silviani dan S M Pustaka, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 25

Definisi menurut Frank Jeffkins bahwa pengertian humas yakni suatu hal yang mengandung seluruh bentuk komunikasi yang telah mempunyai perencanaan, baik komunikasi ke dalam atau komunikasi ke luar antar organisasi memakai publik supaya bisa mendapati tujuan-tujuan rinci yang bertumpu pada saling pengertian.³⁴

Dari beberapa pengertian diatas, maka humas menurut Keith Butterick merupakan manajemen yang berada di sebuah organisasi pemerintah atau swasta yang mempunyai fungsi untuk menjaga hubungan masyarakat dengan organisasi tersebut.³⁵

Divisi hubungan masyarakat sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan atau organisasi karena dengan adanya humas, citra positif bisa terbentuk dengan baik dan terpandang. Selain itu, hubungan masyarakat juga produktif dalam melindungi komunikasi antara atasan dengan bawahan dan menjaga hubungan dengan anggotanya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengertian humas yaitu sebuah organisasi di perguruan tinggi atau lembaga untuk menjalin hubungan yang baik dan sebagai jembatan untuk menambah relasi di khalayak umum.

b. Tugas Humas

³⁴ <https://digilib.uns.ac.id>, Peran Humas Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar Dalam Peliputan Program Pendidikan Gratis Kabupaten Karanganyar, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2024, Pukul 20.21 WIB

³⁵ Keith Butterick, Pengantar Public Relations : teori dan praktik, Jakarta : Rajawali Pers, Tahun 2014

Tugas humas secara umum adalah membangun citra, membuat keinginan, menciptakan solidaritas, dan menciptakan kesamaan pengetahuan dan pesan. Humas juga membuat dan menumbuhkan reputasi yang baik dalam organisasi serta untuk para pimpinan dengan tujuan terangkainya hubungan yang baik antara publik internal dengan publik eksternal.³⁶ Frida Kusumastuti menjelaskan tugas-tugas hubungan masyarakat sebagai berikut :

- 1) Menginterpretasikan, menguraikan, dan melakukan evaluasi kecondongan kelakuan umum. Kemudian, di sarankan kepada pihak manajemen untuk membuat rencana kebijakan organisasi.
- 2) Membaurkan pekerjaan organisasi dengan pekerjaan umum sehingga mendatangkan saling pengertian, menghormati, dan menyanggupi untuk melakukan kebijakan yang diangkat oleh organisasi.
- 3) Mengevaluasi program-program organisasi utamanya yang bersangkutan dengan umum.³⁷

c. Fungsi Humas

Bekerja di bidang humas diharuskan untuk menjawab pertanyaan media, memberikan informasi penting, menangani situasi darurat, dan merancang rencana komunikasi yang efektif. Terdapat 4 tahap fungsi hubungan masyarakat yaitu ; mempertahankan tujuan atau rangkaian tujuan, membuat rencana keadaan sekarang, mempersepsi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁶ Doddy Zulkifli Indra Atmaja, *Mengenal Empat Tugas Humas Perguruan Tinggi*, Universitas Terbuka, 2023, hal. 9

³⁷ Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2018

atau penentu semua kemudahan dan hambatan, serta meningkatkan rencana atau beberapa kegiatan untuk mendapati tujuan.³⁸ Tidak jauh berbeda dengan fungsi *Public Relations* yakni : menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama dan membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya, sebagai khalayak sasarannya.

3. Citra

a. Pengertian Citra

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), citra ialah sebuah kata benda yang memiliki arti rupa, gambar(an), gambaran yang dipunyai banyak manusia terkena pribadi, lembaga, organisasi, atau produk.³⁹ Citra perguruan tinggi bisa dibuat dengan memberikan gambaran terkait apa yang dilakukan dan dialami sesudah memakai produk atau jasa perusahaan tersebut. Citra yang buruk gampang menghasilkan pendapat atau cara pandang konsumen, terhadap lembaga menjadi kurang berkualitas baik dalam kualitas produk, layanan, dan hal sekecil apapun yang menjadi keraguan konsumen terhadap reputasi sebuah perguruan tinggi.⁴⁰ Citra perguruan tinggi bisa di simpulkan sebagai rasa keyakinan seperti gambaran dan kesan umum terhadap suatu universitas dengan melihat banyak macam

³⁸ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas*, Universitas Trunojoyo Madura, UMM Press, 2010, hal. 12

³⁹ Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, hal. 289

⁴⁰ Fransisco Febriandy Lopez, "Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya", Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Artikel Ilmiah, 2015

indikator yang dibentuk dengan mencari segala informasi dari banyaknya macam sumber di setiap waktu.

b. Macam-macam Citra

Citra dalam perguruan tinggi islam negeri dibangun melalui pandangan atau kesan publik terhadap perguruan tinggi islam negeri tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk organisasi mengidentifikasi citra yang akan dibentuk di mata masyarakat. Menurut Frank Jefkins, citra dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

- 1) Citra gambaran, yaitu citra yang dipercayai oleh orang dalam terkait pandangan eksternal terhadap organisasinya. Citra ini muncul akibat kurang informasi seseorang atau anggota organisasi yang berkaitan dengan persepsi eksternal.
- 2) Citra yang berlangsung (*current image*) yaitu suatu persepsi yang dipercayai oleh sisi eksternal mengenai suatu organisasi. Citra ini diputuskan oleh dapat atau tidaknya informasi yang didapatkan dari sebuah organisasi.
- 3) Citra yang diharapkan (*wish image*) yaitu suatu citra yang dituju oleh bagian manajemen atau organisasi. Biasanya citra yang diharapkan lebih bagus dan baik dari citra yang sudah ada.
- 4) Citra perusahaan atau citra lembaga yaitu citra suatu organisasi atau lembaga secara keseluruhan, bukan hanya produknya atau pelayanannya. Citra ini terbentuk dari banyak hal dan banyak

elemen, contoh dari sejarahnya, manajemennya, kualitas produknya, hubungannya dengan pihak lain, reputasinya, dan lain sebagainya.

- 5) Citra majemuk yaitu citra yang menempel pada individu, cabang, dan perwakilan yang sangat banyak.⁴¹

4. Era Digital

a. Pengertian Digital

Menurut John W. Lederer, digital adalah suatu sistem yang menggunakan representasi numerik sebagai cara menyimpan, memanipulasi, dan mengkomunikasikan informasi. Berbagai aspek kehidupan yang terkait dengan penggunaan teknologi elektronik digital mempunyai kelebihan, meningkatkan efisiensi dan produktivitas serta menciptakan peluang baru.⁴² Dari segi pembangunan dan hukum yang sudah mengatur kegiatan di dalam internet, Indonesia sudah siap hidup di zaman digital.

Garis interaksi antar manusia berubah dengan hadirnya teknologi digital layaknya komputer terpenting pada masyarakat bagian ekonomi menengah ke atas. Alat teknologi bukan menjadi media yang sulit untuk ditemukan, hampir semua kegiatan yang ada hubungannya dengan pendidikan, sosial, budaya, olahraga, ekonomi maupun politik selalu memfaedahkan modernnya teknologi untuk

⁴¹ Frank Jefkins. (2003). *Public Relations*, terj. Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga, hal. 20-

⁴² Pengertian Digital Menurut Para Ahli, 2023, <https://rspatriarikkt.co.id/pengertian-digital-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 04 Februari 2024, pukul 22:00 WIB

mencari informasi dan membantu melaksanakan semua kegiatan-kegiatannya dalam menyelesaikan suatu masalah.⁴³

b. Manfaat Digital

Pemakaian teknologi digital melibatkan berbagai macam perangkat elektronik, perangkat lunak, dan jaringan komputer untuk membuat dan mengelola data. Berbeda dengan teknologi analog yang berdasarkan pada sinyal kontinu, teknologi digital memakai sinyal terpisah yang di interprestasikan dalam bentuk kode. Adapun beberapa manfaat dari digital sebagai berikut :

- 1) Kemudahan untuk komunikasi, dengan adanya perangkat ini setiap manusia bisa terhubung dengan manusia lainnya memakai teknologi internet.
- 2) Mobile dan fleksibel, dengan adanya kemudahan untuk turut berbagai jenis acara tanpa harus hadir di dalam acara tersebut.
- 3) Internet lebih banyak daripada pemakaian pulsa, kelebihan adanya internet yaitu karena paket data tidak hanya dipakai untuk berselancar di dunia maya, tetapi juga bisa dipakai sebagai media komunikasi yang lebih murah daripada pulsa.
- 4) Mudah berbelanja dan mendapatkan berbagai hal yang diperlukan, munculnya beragam *ecommerce* dan toko online sehingga

⁴³ Istina Rakhmawati, Peran Keluarga Dalam Pengasuhan Anak, Konseling religi: *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*. 6:1 (juni 2015), hal. 3

memudahkan masyarakat untuk berbelanja ataupun memperoleh berbagai hal yang diinginkan tanpa harus datang ke lokasi.⁴⁴

c. Hambatan Era Digital

Era digital saat ini, tidak hanya melahirkan manfaat saja. Namun, era digital juga terdapat hambatan yang pasti dijumpai oleh setiap manusia untuk menyesuaikan pada perkembangan zaman yang ada. Adapun hambatan di era digital yaitu⁴⁵ :

- 1) Terlalu nyaman dengan fasilitas hiburan yang ada
- 2) Tidak mau mengikuti zaman
- 3) Ketakutan untuk mencoba hal baru
- 4) Tidak memahami konsep teknologi yang digunakan
- 5) Selalu membedakan diri dengan orang lain melalui media sosial
- 6) Mengerjakan sesuatu di luar kemampuannya

d. Tantangan Era Digital

Penggunaan macam-macam teknologi sangat memudahkan untuk kehidupan saat ini. Tetapi, gaya hidup digital juga semakin kecanduan pada penggunaan ponsel dan komputer. Wewenang politik di era digital saat ini, dimanfaatkan untuk alat menyebarkan gagasan secara terstruktur untuk mencari sokongan serta perkembangan nilai-nilai ideologis. Tantangan pada zaman digital semakin banyak, karena berbagai macam bidang kehidupan membawa efek yang bisa

⁴⁴ Bamai Uma, *Artikel Sejarah Perkembangan Digital Serta Pengertian Sekaligus Manfaatnya*, Universitas Medan Area, 2022.

⁴⁵ Dr. Joseph Teguh Santoso, M.Kom, "*Faktor Penghambat Kesuksesan di Era Digital*", Universitas Stekom, 23 Mei 2022.

membuat perubahan di setiap sisi. Tantangan dalam bidang teknologi informasi sangat banyak dengan menyelesaikan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu dalam melakukan pekerjaan.⁴⁶



⁴⁶ Wawan Setiawan, *Era Digital dan Tantangannya*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2017.

BAB III

METODE PENELITIAN

John Creswell, mengartikan metode penelitian sebagai proses bertahap yang diawali dengan klasifikasi masalah atau isu yang akan diteliti. Sesuai masalah terklasifikasi, kemudian diikuti dengan mengulang bahan bacaan atau kepustakaan. Setelah itu, menentukan dan memperjelas tujuan penelitian. Dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisa data, kemudian menguraikan *interpretation* data yang didapatkan.⁴⁷

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif karena penelitian kualitatif ialah sebuah penelitian yang bersifat deskriptif, bukan data yang berupa numerik atau perhitungan. Pendekatan kualitatif juga bisa diartikan sebagai tahapan penelitian yang melahirkan data deskriptif berupa kata-kata dari perilaku maupun individu yang diobservasi itu sendiri.⁴⁸ Kemudian, metode pengumpulan data yang dipakai adalah memakai observasi, wawancara semi terstruktur, dan juga dokumentasi untuk menghasilkan data yang digambarkan secara rinci.

Sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini akan menggambarkan data bukan untuk mengukur data yang didapatkan. Penelitian ini akan menggambarkan hal-hal yang berkaitan dengan Strategi Humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam

⁴⁷ Creswell, J, *Educational Research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, Pearson Prentice Hall, 2008

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), hal. 4

Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital. Informasi yang dipakai berdasarkan pada teori yang diberikan dalam buku kepustakaan. Penelitian ini akan berupaya menempatkan ide-ide yang dalam dan formal dari data yang telah dihasilkan oleh peneliti.⁴⁹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian tertuju pada tempat atau inti pembahasan yang akan di teliti oleh peneliti. Hal ini, objek penelitian yang dipakai sebagai jawaban terhadap tantangan peneliti saat ini juga menggambarkan tempat penelitian. Lokasi penelitian dapat dibuat tempat pengumpulan data terkait penelitian, dengan pengambilan di lokasi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember ini memudahkan peneliti untuk meneliti Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital.

C. Subyek Penelitian

Informan merupakan subyek penelitian untuk penelitian kualitatif, mereka bertugas sebagai penasehat supaya bisa membantu peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan. Keputusan menjadi informan diambil berdasarkan harapan terhadap informasi yang dicari, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pemilihan informan, peneliti memakai teknik *purposive sampling*. Subyek informan harus memberikan penjabaran yang lengkap terkait dirinya, dengan memberikan perhatian penting pada usia, jenis kelamin, agama, pekerjaan, latar belakang pendidikan, serta kedudukan sosial

⁴⁹ Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), hal. 133

dan profesionalnya.⁵⁰ Tujuan penelitian ini, untuk mengumpulkan data terkait informasi terkait Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital. Berikut informan dan kriteria dalam penelitian yaitu:

1. Dr. Moh. Nor Afandi, S. Pd.I., M. Pd.I. (Kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei) dengan alasan, karena beliau adalah informan yang mempunyai kebijakan serta wewenang dalam mengatur Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Cahya Fikri (Divisi Desain Grafis) dengan alasan, karena beliau adalah informan yang ditugaskan untuk mengolah media hubungan masyarakat UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, utamanya dalam hal yang ada kaitannya dengan desain grafis.
3. Muhammad Ghani Ramadhan (Divisi Audio Visual) dengan alasan, karena beliau adalah informan yang ditugaskan untuk mengolah media hubungan masyarakat UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang khususnya berkaitan dengan audio visual
4. Dr. Khairul Faizin (Warek 3 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di bidang kemahasiswaan dan alumni kerjasama) alasannya, karena beliau memiliki pengalaman kerjasama internal maupun eksternal pada perguruan tinggi, memiliki informasi terkait tugas pokok dan fungsi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

⁵⁰ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan karya ilmiah* (Jember, IAIN Jember Pres, 2021), hal. 32

5. Zulfa Yusuf (Alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) alasannya, karena memiliki kontribusi di hubungan masyarakat, khususnya di bidang broadcast, memiliki skill *public speaking* dan personal branding yang baik.
6. Viona Alvioniza (Karyawan Radar Jember di bidang praktisi media, presenter, dan reporter) alasannya, karena menguasai materi atau pengetahuan terkait pandangan humas secara general maupun di perguruan tinggi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian akan memberikan efek luas terhadap kualitas data yang didapatkan selama penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data meliputi :

1. Observasi

Morris, mendefinisikan observasi sebagai kegiatan mencatat sebuah gejala dengan bantuan alat-alat dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain dengan keahlian daya serap sebagai alat bantu di setiap prosesnya.⁵¹ Observasi adalah sebuah proses yang melekat dan terstruktur, keahlian observasi dan memori adalah dua hal yang berkesinambungan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melaksanakan pengamatan secara langsung terkait Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital. Hal ini disebut dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵¹ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi", *Jurnal At-Taqaddum*, Vol 8, No.1, tahun 2016, hal. 26

observasi non partisipan karena peneliti hanya melihat, membuat catatan, dan kemudian mengambil kesimpulan dari informan yang diperoleh di lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti memakai observasi secara langsung di kantor Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, peneliti melakukan observasi pada saat kegiatan menginput data, informasi, serta survei kampus dari awal hingga akhir, dan terjun langsung ke lapangan dengan mengecek kembali terkait informasi yang telah diberikan oleh informan. Peneliti bebas menjelajahi hal-hal, mencatat hal-hal yang menarik, melakukan penelitian untuk memperoleh kelengkapan data, dan melengkapkan detail penelitian sehingga dapat diprediksikan.

2. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong, wawancara yaitu obrolan dengan tujuan tertentu yang dikerjakan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban setelah pertanyaan.⁵² Penelitian ini memakai wawancara semi terstruktur yaitu kegiatan wawancara yang dilakukan dengan adanya penanya yang sudah mempersiapkan pertanyaan yang akan diberikan kepada pemberi informasi jawaban.

Urutan pertanyaan yang akan diberikan peneliti terhadap subyek atau informan tidak harus sama dengan urutan yang sudah disiapkan.

Namun, semua pertanyaan yang ditanyakan masih sama dengan tema

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵² Lexy J Moleong, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, 2008, hal. 18, diakses pada tanggal 10 Januari 2024, pukul 19:41 WIB

penelitian. Wawancara diajukan kepada kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei serta karyawan yang bertanggung jawab untuk memberikan informasi dan data-data penting dengan menggunakan teknologi, dan wawancara dilakukan dengan pedoman wawancara yang sebelumnya telah dibuat oleh peneliti.

Wawancara semi terstruktur ini peneliti menggunakan pedoman wawancara, tetapi tidak mencampurkan untuk memperoleh informasi yang jelas. Peneliti akan mewawancarai Kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, Staf Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, Warek 3 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019, dan Karyawan Radar Jember yang telah menjalani prosedur tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah beberapa data yang didapatkan dalam bentuk data berupa data secara tertulis atau dalam bentuk gambar yang dijadikan sebagai pelengkap data yang akan dimasukkan ke dalam hasil penelitian yang sudah dilakukan.⁵³ Adapun usaha yang dikerjakan peneliti adalah mencari dokumentasi berupa dokumen yang berkaitan dengan UIN KHAS Jember dan strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital, foto bersama dengan peneliti saat melakukan wawancara, serta dokumentasi lainnya yang dibutuhkan sebagai penunjang, pendukung, dan penguat data untuk hasil penelitian.

⁵³ Albi Anggito dan Johan Setiawan, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Sukabumi: CV Jejak), 2018, hal. 146

Penelitian ini dapat melahirkan berbagai macam publikasi, peneliti dapat menjamin kevalidasian dan konsistensi data yang didapatkannya. Pendekatan dokumentasi ini dilakukan untuk melengkapi informasi yang didapatkan melewati observasi dan wawancara. Selama melakukan penelitian, peneliti menganalisis alat tertulis seperti buku, surat kabar, dan lain sebagainya di kantor Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei. Data diperoleh dari program dokumen yaitu :

- a. Sejarah Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- b. Visi dan Misi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- c. Tugas Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- d. Fungsi Humas UIN Kiai Haji Achmad Jember
- e. Sarana dan Prasarana Humas UIN Kiai Haji Achmad Jember
- f. Staf Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

E. Analisis Data

Penelitian yang dikerjakan peneliti memakai analisis data deskriptif. Analisis data adalah suatu tahapan yang sangat dibutuhkan untuk penyelesaian suatu kegiatan penelitian ilmiah. Analisis data yang dikerjakan dengan cara memilih beberapa data yang dibutuhkan, baru, unik, yang berkaitan dengan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, ini berdasarkan pada semua data yang terkumpul melewati berbagai macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁵⁴ Adapun teknik analisis data yang

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2020), hal. 175

digunakan pada penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman sebagai berikut :⁵⁵

1. Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan menggunakan berbagai cara, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi mendalam. Pada proses ini, peneliti mengerjakan pengecekan secara umum terhadap kondisi sosial ataupun objek yang diteliti. Setelah itu, peneliti menulis ataupun mencatat semua yang dilihat serta didengar oleh peneliti. Pada penelitian di Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei ini, informasi dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara kepada informan serta melakukan dokumentasi, sehingga banyak informasi yang di dapatkan.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemikiran gagasan yang membutuhkan konsentrasi, kecerdasan, kedalaman, dan keluasan pemahaman. Peneliti yang baru pertama kali mengerjakan reduksi data, dapat berdiskusi dengan orang lain atau teman yang dianggap sudah ahlinya. Peneliti akan mengembangkan pemahaman sehingga, bisa memilah dan memilih data yang penting untuk refrensi dan pengembangan kajian.⁵⁶

Banyak informasi yang didapatkan dari lapangan, untuk peneliti wajib mencatat dengan teliti serta terperinci dan sejumlah informasi yang

⁵⁵ Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta:CV Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 163-172

⁵⁶ Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 249

didapatkan hendaknya dikembangkan. Kemudian, cepat menggambarkan informasi dengan tahap reduksi informasi. Mereduksi informasi berarti meringkas, memilah suatu yang penting dibandingkan perihal lain, memfokuskan pada suatu hal yang penting, mencari pola dan tema. Metode ini, informasi diringkas untuk membagikan sesuatu gambaran yang lebih akurat serta memudahkan peneliti untuk mengumpulkan informasi bonus serta mencarinya bila diperlukan. Reduksi informasi bisa dibantu oleh perlengkapan elektronik berkode dalam tujuan tertentu.⁵⁷

Dalam hal ini, peneliti meringkas dan memilih beberapa hal penting. Sehingga, memudahkan peneliti supaya bisa melanjutkan penelitian pada step selanjutnya. Pada proses reduksi ini, peneliti meringkas serta mengambil hal-hal mempunyai arti yang sama dengan fokus penelitian.

3. Penyajian Data

Miles serta Huberman menjelaskan, bahwa bagian penyajian data yang sangat umum dalam penelitian kualitatif yakni dengan memakai teks narasi, menyediakan data akan menjadi lebih mudah untuk dimengerti apa yang terjadi dan menyusun strategi pekerjaan ke depan bersumber pada apa yang diketahui.⁵⁸

Dalam penelitian ini, penyajian data dibuat dalam bentuk teks naratif berisikan penjabaran pendek yang peneliti jelaskan di bab berikutnya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁷ Sugiyono, hal. 247

⁵⁸ Sugiyono, hal. 249

4. Penarikan Kesimpulan

Tahap selanjutnya, pada gambaran informasi kualitatif bagi Miles serta Huberman adalah membuat kesimpulan. Kesimpulan yang diambil masih dini, sedangkan untuk proses dan nanti akan berubah, terkecuali menemukan kebenaran kokoh yang membantu tahap pengumpulan informasi berikutnya. Namun, jika kesimpulan ini diperkuat oleh bukti-bukti yang terpercaya serta tidak berganti-ganti, dikala peneliti kembali lagi ke lapangan saat pengumpulan informasi, hingga kesimpulan yang diambil adalah kesimpulan yang teruji.⁵⁹

Dalam penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan lewat informasi yang didapatkan dengan merespon masalah yang dibahas pada paragraf pembuka.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data di sebuah penelitian ditentukan dengan memperoleh data yang valid serta bisa dipertanggungjawabkan dan bisa dipercaya. Keabsahan data yang didapatkan peneliti memakai 2 jenis teknik triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi Teknik

Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan triangulasi teknik adalah usaha untuk mendapatkan data dengan memakai teknik pada

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁹ Sugiyono, hal. 252

subyek yang sama.⁶⁰ Peneliti melaksanakan perbedaan antara data yang ditemukan melewati teknik pengamatan (observasi), wawancara secara langsung, dan didukung dengan dokumentasi, sehingga data yang diperoleh tidak memunculkan pandangan yang menimbulkan keraguan kebenarannya.

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber perlu dikerjakan untuk menguji keaslian atau kesesuaian data yang dikerjakan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh dari beberapa sumber.⁶¹ Alasan peneliti memakai keabsahan data dari kedua triangulasi, untuk menguji data yang telah diperoleh peneliti, data tersebut sudah asli atau belum. Sehingga, data yang diperoleh perlu diuji dengan memakai triangulasi teknik dan sumber.

G. Tahap-tahap Penelitian

Pada tahapan penelitian ini, peneliti mencoba membuat beberapa rencana yang akan dikerjakan diawali, dari penelitian pendahuluan hingga penyusunan laporan. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian ini yakni :

1. Tahapan pra penelitian

Tahapan ini, peneliti harus mengerjakan penentuan mengenai

lokasi, objek, subjek penelitian, menggambarkan masalah yang akan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁰ Yayat Suhayat, “*Model Pengembangan Karya Ilmiah Bidang Pendidikan Islam*” (Klaten: Lakeisha, 2022), hal. 194

⁶¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, hal. 191

dibahas, menyusun fokus penelitian, mengerjakan pembelajaran berulang sebagai tambahan pemahaman terkait permasalahan yang akan dibahas serta menyiapkan alat-alat yang dibutuhkan pada saat di tempat penelitian seperti beberapa pertanyaan pada saat wawancara. Selain itu, peneliti juga melakukan konsultasi, pengajuan proposal penelitian, dan mengurus perizinan penelitian.

Terdapat 6 langkah pada tahapan ini yang dilakukan oleh peneliti. Dilengkapi dengan suatu hal utama yang butuh diperhatikan, yaitu etika penelitian lapangan. Pertimbangan yang dimaksud dijelaskan berikut ini :

1) Menyusun Rancangan Penelitian

Menyusun rancangan penelitian ini adalah langkah penting dalam menjalankan sebuah penelitian, seperti yang ada di dalamnya sebagai berikut :

- a. Judul Penelitian
- b. Latar Belakang Masalah
- c. Konteks Penelitian
- d. Fokus Penelitian
- e. Tujuan Penelitian
- f. Manfaat Penelitian
- g. Metode Pengumpulan Data

2) Memilih Lokasi Penelitian

Sebelum penelitian, peneliti sudah memilih tempat penelitian yang akan diteliti. Adapun tempat penelitian yang akan dilakukan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

3) Mengurus Perizinan

Penelitian yang akan dilakukan bersifat resmi atau sah. Sehingga, peneliti harus memberikan surat penelitian yang disediakan oleh pihak akademik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kepada pihak lembaga yang akan menjadi objek penelitian.

4) Menilai Keadaan Lapangan

Sesudah mendapatkan surat izin, peneliti harus melaksanakan observasi lapangan untuk mengetahui latar belakang dari objek penelitian, lingkungan penelitian, dan lingkungan informan. Hal tersebut, dikerjakan untuk memudahkan peneliti untuk mendapatkan data.

5) Memilih Informan

Pada tahap ini, peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi tertentu.

6) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Langkah berikutnya, peneliti harus mempersiapkan perlengkapan yang akan dipakai untuk penelitian, seperti pedoman wawancara, buku catatan, alat tulis, dan handphone untuk merekam dan mengambil bukti saat melakukan pengumpulan data.

2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahapan ini, peneliti terjun ke tempat yang dipilih secara langsung. Hal ini dilakukan supaya peneliti mulai paham apa saja yang perlu dilakukan serta subyek siapa saja yang akan dipilih sebagai informan. Sehingga diharapkan bisa memudahkan peneliti saat melakukan pencarian data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

3. Tahapan penyelesaian

Tahapan terakhir, yang dilaksanakan oleh peneliti adalah tahap penyelesaian, dalam tahapan ini peneliti awal mula menggambarkan serta melakukan pembuatan laporan dan menegaskan hasil penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei

1. Sejarah Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan salah satu lembaga perguruan tinggi yang berada di salah satu provinsi Jawa Timur tepatnya di Kabupaten Jember yang dikembangkan berdasarkan tujuan dan kemauan umat Islam untuk membikin politisi cendekiawan muslim yang menjunjung tinggi kebiasaan turun temurun dan pemimpin yang mampu mengkawal peningkatan kualitas kehidupan bangsa. Kurun waktu yang cepat, pada tahun 1965 didirikanlah Institut Agama Islam Djember (IAID) Fakultas Tarbiyah bertempat di Jl. Dr. Wahidin 24 Jember. IAID resmi dinegerikan pada tanggal 21 Februari 1966 menurut Surat Keputusan (SK) Menteri Agama Nomor 4 Tahun 1966 tanggal 14 Februari 1966, sehingga IAID beralih status menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel cabang Jember dibawah pimpinan IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan Intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 terkait pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel di Jember berganti status menjadi STAIN Jember. Selanjutnya di tahun 2014, turun Keputusan Presiden Nomor 142, tanggal 17 Oktober terkait dengan peralihan STAIN menjadi

IAIN Jember, dan langkah selanjutnya dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Jember, maka secara hukum STAIN Jember sudah mengubah menjadi IAIN Jember. IAIN Jember resmi beralih status dan nama menjadi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021 tanggal 11 Mei 2021.⁶²

Sejak 11 Mei 2021, hubungan masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember resmi diubah menjadi Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, terkait peran dan fungsinya tetap mengikuti lembaga. Sebagai institut Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) satu-satunya di wilayah timur pulau jawa, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sudah mengembangkan tugas dan faedahnya membawa sumber daya mahasiswa menjadi sarjana islam yang mempunyai kelowongan ilmu pengetahuan, keluhuran akhlaq serta kesiapan professional. Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei memiliki data mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada tahun 2023 lalu yaitu sebanyak 15.751 mahasiswa, diantaranya 8,21% berasal dari luar provinsi Jawa Timur.

Setiap perguruan tinggi di Indonesia pasti memiliki humas (hubungan masyarakat) yang fungsinya untuk mensosialisasikan perguruan tinggi tersebut dengan berbagai caranya. Humas/Pusat Data

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶² Sejarah UIN KHAS Jember, <https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>, 15 Maret 2018, diakses pada tanggal 13 Agustus 2024, pukul 14:04 WIB

Informasi Kelembagaan dan Survei ini berdiri sejak Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dibangun tetapi hanya nama organisasi yang berubah dan humas atau Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember ini dibawah naungan Lembaga Penjaminan Mutu (LPM). Sebagai tahap yang strategis, jadi semua acara baik manajemen administrative maupun akademik ditujukan untuk mengembangkan motivasi akademis dan bekerja keras menuju *Good University Government (GUG)*.

2. Visi dan Misi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Sebuah visi tidak dapat berdiri sendiri. Maka dari itu, visi ataupun gambaran masa depan tersebut sangat butuh penjelasan terkait bagaimana strategi untuk melangkah, disitulah penjelasan dari misi. Adapun cakupan perencanaan ini meliputi visi serta misi humas atau pusat data informasi kelembagaan dan survei yang sama dengan lembaga, yaitu;

Visi :

Menjadi perguruan tinggi Islam terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045 dengan kedalaman ilmu berbasis kearifan lokal untuk kemanusiaan dan peradaban.

Misi :

1. Memadukan dan mengembangkan studi keislaman, keilmuan, dan keindonesiaan berbasis lokal dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran.

2. Meningkatkan kualitas penelitian untuk melahirkan orisinalitas ilmu yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan kemanusiaan.
3. Meningkatkan kemitraan universitas dan masyarakat dalam pengembangan ilmu dan agama untuk kesejahteraan masyarakat.
4. Menggali dan menerapkan nilai kearifan lokal untuk mewujudkan masyarakat berkeadaban.
5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam skala regional, nasional, dan internasional untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.⁶³

3. Tugas Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Tugas humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah menyusun dan menyebarluaskan informasi, dokumentasi, publikasi, dan protokoler. Hubungan masyarakat juga mengolah dan meningkatkan citra yang baik bagi organisasi dan kepada para pimpinan. Dengan adanya hubungan yang baik, antara sisi internal dengan sisi eksternal. Adapun beberapa tugas hubungan masyarakat sebagai berikut :

- 1) Membuat dan menerapkan sistem penjaminan mutu berbasis ISO yang sama dengan keadaan sosial budaya kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- 2) Mengembangkan standar mutu akademik dan non akademik di lingkungan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember berdasarkan sistem penjaminan mutu internal.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶³ Visi dan Misi UIN KHAS Jember, <https://uinkhas.ac.id/page/detail/visi-dan-misi-uin-khas-jember>, 22 Januari 2024, diakses pada tanggal 13 Agustus 2024, pukul 14:24 WIB

- 3) Mengadakan percobaan, konsultasi, pementoring, dan kerjasama di bidang penjaminan mutu akademik non akademik.
- 4) Meningkatkan serta mengerjakan peninjauan internal mutu akademik dan non akademik di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- 5) Mengawal rencana perbaikan mutu secara berkelanjutan di lingkungan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.⁶⁴

4. Fungsi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sudah mengembangkan tugas dan faedahnya membawa sumber daya mahasiswa menjadi sarjana islam yang mempunyai kelowongan ilmu pengetahuan, keluhuran akhlaq serta kesiapan yang professional. Bekerja di bidang humas diharuskan untuk menjawab pertanyaan media, memberikan informasi penting, menangani situasi darurat, dan merancang rencana komunikasi yang efektif.

Terdapat 4 tahap fungsi hubungan masyarakat yakni ; memastikan tujuan atau rangkaian tujuan, mengartikan kondisi saat ini, menggambarkan segala kemudahan dan hambatan, serta meningkatkan rencana atau rangkaian kegiatan untuk mendapati tujuan.⁶⁵

5. Sarana dan Prasarana Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

⁶⁴ Tugas Humas UIN KHAS Jember, <https://fdakwah.uinkhas.ac.id/page/detail/organisasi-dan-tata-kerja>, 08 Januari 2024, diakses pada tanggal 13 Agustus 2024, pukul 14:44 WIB

⁶⁵ Uraian Tugas PDIS UIN KHAS Jember, <https://lpm.uinkhas.ac.id>, 21 Januari 2024, diakses pada tanggal 13 Agustus 2024, pukul 14:58 WIB

Bangunan kantor Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei terdiri dari 3 ruangan yaitu : ruang kepala pusat data informasi kelembagaan dan survei, ruang pertemuan (meeting room), dan ruang editing video.⁶⁶

6. Staf Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Staf Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei berjumlah 4 orang yang terdiri dari :

- a. Kepala PDIKS : 1 orang
- b. Pegawai/ Staf PDIKS : 3 orang
- c. Divisi Desain Grafis : 1 orang
- d. Divisi Audio Visual : 1 orang
- e. Divisi Pemberitaan : 1 orang
- f. Kontributor dari mahasiswa : 20 orang

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah peneliti mempelajari lebih mendalam pada tempat penelitian. Dengan hasil temuan ini, penulis akan berupaya menerangkan Strategi Humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital. Perihal analisis data, peneliti mendeskripsikan sebagai berikut.

1. Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital

Humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember ialah salah satu organisasi dari beberapa organisasi yang ada di kampus

⁶⁶ Observasi peneliti pada tanggal 25 Maret 2024, pukul 12:36 WIB

ini. Namun, universitas mempunyai beberapa strategi untuk meningkatkan citranya di era digital. Cara untuk meraih data yang lebih mendalam peneliti sudah melaksanakan wawancara ke subyek utama yaitu kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, 2 staf Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei, wakil rektor 3 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019, dan karyawan Radar Jember. Strategi humas mempengaruhi perubahan kualitas dan meningkatkan citra universitas yang signifikan khususnya terlihat pada mahasiswa.

Dari informasi yang telah dikumpulkan, strategi humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk meningkatkan citra kampus di era digital saat ini dengan menggunakan media digital yakni media sosial berisi konten-konten untuk saat ini adalah terkait penerimaan mahasiswa baru yang masuk melalui tahap SPAN-PTKIN yaitu prestasi, tahap test UM-PTKIN, dan tahap terakhir UM-Mandiri pengumuman kelulusan diumumkan melalui media sosial resmi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan website resmi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang berisi terkait kegiatan-kegiatan kampus seperti acara wisuda, yudisium, dan Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswaan (PBAK), lalu media partner berupa beberapa media televisi dan radio begitu pula dengan media online yang melakukan MoU atau bekerjasama dengan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, mengaplikasikan sosialisasi dan publikasi ke sekolah-

sekolah dan membuat flyer, banner, dan brosur. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh M. Nor Afandi yang mengatakan :

“Humas adalah wajah dari kampus UIN KHAS Jember, demi mencapai keunggulan dan pengembangan kemajuan tidak jauh dari peran andil humas. Strategi yang dilakukan melalui sosialisasi dan publikasi, pengumuman atau flyer dan juga media sosial. Ada instagramnya, tiktoknya, berita web, dan terakhir ada KHAS TV. Secara umum melalui media, humas mengambil peran dalam strateginya untuk membangun citra kampusnya yang high quality. Lembaga yang bekerjasama dengan UIN KHAS Jember ada Kompas TV, Radar Jember, JTV, FTV Times Indonesia, Suara Indonesia, Portal Jawa Timur, NU Online, itu kerjasamanya atau partner kerja di bidang pemberitaan dan publikasi. Alasan kita menggunakan media sosial untuk meningkatkan citra kampus karena masyarakat lebih cenderung menggunakan media sosial dibandingkan yang lain karena lebih efisien dan fleksibel. Media atau alat yang digunakan publikasi dan sosialisasi juga banyak ada berupa kamera, kamera lun berbagai tipe ada tipe A7 dan lain-lain, tripod, lighting, drone dan kamera-kamera video. Dengan harapan universitas semakin dikenal masyarakat luas, terus meningkatkan kualitasnya, dan tercapainya misi UIN KHAS Jember.”⁶⁷

Afandi menjelaskan terkait konten di media sosial Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember juga ditayangkan dan di publikasikan oleh media sosial luar. Ia mengatakan :

“Ya, konten tersebut juga akan dipublikasikan di media sosial eksternal atau platform lain di luar lingkungan UIN KHAS Jember. Hal ini dilakukan, agar informasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kualitas institusi di kalangan masyarakat umum.”⁶⁸

Sementara itu, Afandi juga menjelaskan jadwal apa saja yang dikerjakan humas :

“Program kegiatan humas itu banyak, selain selalu mendampingi kegiatan-kegiatan rektor, kegiatan wakil rektor, kegiatan pimpinan guna untuk mempublikasikan karena sekarang zaman teknologi maka, menjadi penting publikasi karena kampus bukan kegiatan

⁶⁷ M. Nor Afandi, diwawancarai oleh peneliti, 12 Juni 2024

⁶⁸ M. Nor Afandi, diwawancarai oleh peneliti, 23 Agustus 2024

keagamaan yang harus sembunyi-sembunyi. Tapi, kegiatan UIN merupakan lembaga pendidikan maka perlu di publikasikan kegiatannya melalui humas ini, disamping memang ada program-program lain yaitu pengayaan dan memberikan pelatihan kepada kontributor-kontributor yang 20 orang itu yang terbagi dari kameramen, reporter, dan tim berita juga ada.”⁶⁹

Strategi yang dikerjakan oleh humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan cara melakukan sosialisasi dan mempublikasikan kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kepada calon-calon mahasiswa dan membuat brosur, flyer atau pengumuman. Saat ini humas juga mempunyai media sosial yakni Instagram, Tiktok, dan Youtube, selanjutnya media online yaitu website resmi, dan media elektronik yang dimiliki yaitu KHAS TV. Sementara itu, untuk alat atau media yang digunakan sebagai pendukungnya meningkatkan citra kampus yaitu kamera berbagai tipe, kamera khusus video, tripod, lighting, dan drone. Perlu diketahui, staf humas terbatas jadi dari pihak humas juga merekrut mahasiswa dan mahasiswi dari setiap fakultas untuk ikut bergabung membantu humas yang disebut dengan kontributor lalu dibagi menjadi beberapa bagian yakni kameramen, reporter, dan tim berita. Afandi juga menjelaskan terkait kerjasama Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq dengan media-media yaitu Kompas TV, NU Online, Radar Jember, JTV, Suara Indonesia, FTV, Times Indonesia, dan lain sebagainya. Dalam mewujudkan strategi itu maka didukung oleh staf-staf dengan tugas khusus di bagian desain grafis dan audio visual untuk meningkatkan citra kampus di era digital.

⁶⁹ M. Nor Afandi, diwawancarai oleh peneliti, 12 Juni 2024

Sementara itu, di bagian staf humas divisi desain grafis, Cahya Fikri juga menjabarkan apa saja tugas-tugas humas yang ia lakukan juga menjalankan beberapa tugas diantaranya selalu mengupload informasi-informasi kampus yang terakurat ke media sosial yang aktif untuk saat ini Instagram dan Tiktok. Terdapat Youtube yang berisi beberapa kegiatan kampus seperti yudisium, wisuda, dan Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswaan (PBAK). Selanjutnya, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember juga mempunyai siaran televisi serta radio.

Diperkuat dengan hasil wawancara Cahya Fikri staf humas divisi desain grafis yang mengungkapkan :

"Selama ini, tugas saya di humas itu selain sebagai desain grafis tentu memikirkan ide-ide yang digunakan ada beberapa cara yang pertama itu tentu berita, berita ada 2 cara berita yang internal dari humas yang dipublis ke media kita, yang pertama ada berita yang sifatnya kita MoU dengan media massa karena sekarang jamannya online jadi media yang kita ajak kerjasama adalah media-media online atau media mainstream, seperti Radar Jember, JTV, Suara Indonesia. Kedua menggunakan media sosial, media sosial antara lain yang paling aktif dan yang paling efektif saat ini berjalan yaitu Instagram sama Tiktok, tetapi tidak menutup kemungkinan kita ekspansi ke Twitter atau X kemudian Facebook kita link kan dari Instagram. Media yang lain ada Youtube isinya kurang lebih kegiatan-kegiatan kampus seperti acara yudisium, acara wisuda, yang dekat ini ada PBAK, kemudian ada KHAS TV ini media yang dibawah langsung oleh humas UIN KHAS Jember. Ada lagi kita punya radio tetapi untuk saat ini kita vakum karena belum ada requitment lagi dan murni dikelola oleh mahasiswa radio."⁷⁰

Tugas yang dikerjakan Cahya Fikri selaku staf humas divisi desain grafis selain membuat desain website kampus, memikirkan ide konten yang sedang trend saat ini, yaitu ada 2 cara yang pertama bekerja sama

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁰ Cahya Fikri, diwawancarai oleh peneliti, 7 Juni 2024

dengan media-media luar seperti televisi, radio. Kedua, mempublikasikan menggunakan media sosial yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, dan Twitter, kemudian media elektronik ialah KHAS TV karena saat ini berada di era yang serba digital dan membuat konsep dan ide yang menarik untuk meningkatkan citra kampus. Selain itu, humas memiliki radio yang bernama Nada FM yang dikelola oleh mahasiswa radio tetapi untuk saat ini masih vakum karena masih belum ada open requirement lagi.

Staf humas divisi audio visual, Ghani Ramadhan mengungkapkan bahwa tugas humas yang ia kerjakan meliputi dokumentasi dan publikasi untuk di posting ke sosial media yaitu Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook. Tetapi, yang aktif saat ini hanya Instagram dan Tiktok, mengupload kegiatan kampus seperti yudisium, wisuda, dan Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswaan (PBAK) di Youtube resmi kampus yang dikelola oleh humas, selanjutnya media cetaknya ia juga ditugaskan untuk membuat banner, flyer, dan brosur.

Berkesinambungan hasil wawancara dengan Ghani Ramadhan staf humas divisi audio visual, ia mengatakan :

"Tugas untuk meningkatkan citra kampus ada media sosial, publikasi, dokumentasi, dan media sosial yaitu salah satunya Instagram, Tiktok, Facebook, Saluran Whatsapp sama Twitter. Cuman yang aktif sekarang itu di Instagram sama Tiktok. Kemudian di jurnalistik ada di websitenya uinkhasjember.ac.id kemudian ada flyer, banner, brosur dan strateginya ada sosialisasi melalui konten-konten yang ada di Youtube ataupun Tiktok, terjun langsung ke sekolah-sekolah. Kalau untuk lembaga yang sudah bekerja sama dengan kita seperti media-media luar Kompas TV, JTV, Radar Jember, saat ini ada sekitar 20 media yang akan

melaksanakan MoU atau Kerjasama terkait sosialisasi yang ada di UIN. Contoh kemarin ada sekolah dari SMAN 1 Tanggul untuk studi banding terutama anak didik mereka yang akan lulus itu bagian dari sosialisasi dari pak warek 3 soalnya bidangnya disitu dan dibantu dengan humas."⁷¹

Tugas staf humas divisi audio visual selain membuat naskah voice over untuk menyuarakan dan memvisualisasikan gambar atau video yang menarik, kemudian akan disampaikan kepada masyarakat untuk meningkatkan citra kampus yaitu dengan membuat media sosial salah satunya Tiktok, Instagram, Twitter dan Youtube. Tetapi, untuk saat ini yang aktif dan di fokuskan hanya Instagram dan Tiktok yang isinya terkait pengumuman penerimaan mahasiswa baru yang ingin masuk melalui jalur SPAN-PTKIN yaitu dengan prestasi atau nilai, dengan jalur test UM-PTKIN yaitu dengan merespon beberapa pertanyaan yang telah di siapkan oleh lembaga, dan terakhir jalur UM-Mandiri, acara-acara kampus seperti yudisium, wisuda, dan pengenalan budaya akademik kemahasiswaa (PBAK). Pada bagian jurnalistik terdapat website kampus uinkhasjember.ac.id, selanjutnya yang terakhir melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah, sosialisasi melalui konten-konten yang ada di Instagram, Tiktok, dan membuat banner, flyer, dan brosur.

Wakil rektor 3 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember bidang kemahasiswaan, alumni, dan kerjasama peran atau tugas yang di emban sangat membantu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk meningkatkan citra kampus dan tercapainya satu misi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan

⁷¹ M. Ghani Ramadhan, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

melakukan MoU bersama media-media luar dan lembaga pendidikan, melakukan sosialisasi ke lembaga pendidikan dan perusahaan televisi, radio, dan koran, membuat teknologi semakin maju seperti membuat website untuk orangtua wali agar mengetahui anak mereka ada jadwal kuliah atau tidak, itu adalah cara kerja wakil rektor 3 Khairul Faizin.

Selaras dengan penjelasan Khairul Faizin selaku wakil rektor 3 bidang kemahasiswaan, alumni dan kerjasama, ia mengatakan :

"Dalam konsep modern, hari ini semuanya berbasis IT terutama di kalangan media, mau tidak mau harus menggandeng pihak-pihak diluar kampus yang bergerak di bidang itu. Tiap tahunnya bertambah ditingkatkan nama-nama media yang diajak gabung dengan kita, jadi ada tercatat 22 media cetak, televisi, radio yang kita ajak bekerja sama semua hal kita ajak mereka untuk membantu sosialisasikan juga. Kedua, saat ini di sister tidak hanya mahasiswa sendiri yang punya tetapi disini kita juga punya sister for parent/wali artinya kita sudah memiliki teknologi digital itu agar orang tua mahasiswa bisa menerima secepatnya, nah itu yang dilakukan dengan keterlibatan bagaimana menyongsong era digital ini. Dengan mereka jangkauannya lebih luas lebih cepat semuanya masih alur yang sama jadi kita sudah melakukan kerjasama dengan media diluar kampus termasuk internal kampus juga dilibatkan termasuk humas semuanya itu mengarah di era digitalisasi.⁷²

Khairul Faizin juga memberikan penjelasan perihal 3 cara mempertahankan citra kampus :

“Cara mempertahankan citra positif ya jangan jadi negative, karena kampus ini yang dijual adalah jasa disektor Pendidikan. Konsumennya para orangtua wali, calon mahasiswa, dan mahasiswa yang ada di dalam. Cara yang kedua harus berbenah memperbaiki karena yang kita jual itu jasa jadi dengan cara meningkatkan kualitas dosen, mahasiswa, dan sistemnya. Cara terakhir sarana prasarana harus dibikin mendukung sistem dan terus menjaga kualitas itu dengan baik, dosennya harus kualifikasinya jelas, sistemnya harus ada aturan mainnya yang

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷² Khairul Faizin, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

jelas, sarana prasarananya mendukung, dan mahasiswanya juga harus mendukung."⁷³

Strategi yang dilakukan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk mengembangkan citranya di era digital adalah lembaga pendidikan ini tidak bisa bekerja sendirian. Maka dari itu, perlu adanya struktur lembaga dari tingkat pimpinan hingga ke bawahannya. Pihak kampus telah melakukan MoU dengan kurang lebih 22 media cetak, televisi dan radio. Para media tersebut yang membantu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mensosialisasikan agar orang-orang luar mengetahui bagaimana kualitas kampus dan cara mempertahankan citra kampus yaitu dengan memperbaiki semua sarana dan prasarana, sistemnya, kualifikasi dosen harus jelas, dan mahasiswa juga harus mendukung karena jika tidak maka hasilnya akan sama saja.

Khaula Zulfa Yusuf sebagai alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mengutarakan pendapatnya terkait produk humas yang diketahui ada website resmi kampus, media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya. Sementara itu, peran humas sudah sesuai harapan masyarakat karena humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq sangat cepat tanggap membagikan informasi-informasi terkait kampus, dan harapan untuk humas ke depannya seperti apa.

⁷³ Khairul Faizin, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

Senada dengan perkataan alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 yaitu Zulfa Yusuf, ia mengatakan :

"Humas memberikan informasi seputar kampus, seputar mahasiswa yang berprestasi, dan lain sebagainya. Humas mengshare melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok. Kemudian biasanya UIN mencetak poster agar dilihat banyak orang, dengan mengshare di media online orang jadi bisa melihat kualitas kampus UIN KHAS Jember. Media digital humas itu ada Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, kemudian web-web resmi, bahkan per fakultas juga ada. Media yang di kelola humas UIN KHAS Jember berperan penting dalam meningkatkan citra kampus dengan strategi komunikasi yang tepat melalui media-media yang mereka kelola, seperti website resmi, media sosial, dan publikasi lainnya, humas dapat mempromosikan presentasi, kegiatan, dan nilai-nilai positif dari institusi tersebut."⁷⁴

Menurut Zulfa Yusuf bekerjasama dengan media luar sangat bisa meningkatkan citra kampus karena berita terbanyak yang ia temui adalah terkait kualitas dan kuantitas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

"Kerjasama antara humas UIN KHAS Jember dengan media luar juga sangat bisa meningkatkan citra karena dapat berkontribusi dalam meningkatkan citra kampus melalui kolaborasi, humas dapat meningkatkan visibilitas dan eksposur kampus dalam berbagai platform media yang lebih luas. Sementara itu, saya juga lumayan sering menemukan berita terkait kualitas dan kuantitas UIN KHAS di media luar. Dengan demikian, kerjasama ini bisa menjadi salah satu strategi yang ngaruh dalam membangun dan memperkuat citra kampus."⁷⁵

Tugas humas yang seharusnya dilakukan menurut Zulfa Yusuf sebagai alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu dengan mengshare atau mempublikasikan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Cara

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁴ Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

⁷⁵ Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti, 9 Juni 2024

selanjutnya yaitu membuat poster di tempat-tempat umum agar masyarakat bisa melihat kualitas yang bagus dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Humas melakukan MoU dengan berbagai media-media luar juga sangat membantu meningkatkan citra positif Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember karena menggunakan cara yang mempromosikan prestasi, kegiatan, dan nilai-nilai positif dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq sendiri agar masyarakat luar tau bahwa bagaimana kualitas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Karyawan Radar Jember sebagai praktisi media luar dan penguat data penelitian skripsi, Viona Alvioniza mengungkapkan terkait tugas yang seharusnya dilakukan humas menurut Viona ialah untuk mempublikasikan kegiatan kampus, membuat konsep dan ide acara, serta memperluas relasi dengan pihak eksternal. Selain itu kerjasama dengan media partner itu sangat membantu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mengembangkan citra positif, kemudian media digital yang Viona ketahui hanya Instagram dan Website resmi kampus. Kemudian, media yang di kelola oleh humas sangat bisa meningkatkan citra kampus didukung dengan bekerjasama dengan media-media luar sudah sangat mendukung.

Selaras hasil wawancara dengan Viona Alvioniza selaku karyawan

Radar Jember, ia mengatakan :

"Humas kampus bertanggung jawab untuk mempublikasi kegiatan kampus, membuat konsep dan ide acara, dokumentasi acara, serta

memperluas dan menjaga relasi dengan pihak eksternal. Media digital humas yang saya ketahui Instagram dan Website resmi UIN KHAS Jember itu saja. Kemudian, peran humas di mata masyarakat sebagai perantara yang menjembatani pihak eksternal dan internal. Humas juga bertanggung jawab memberikan informasi instansi kepada pihak eksternal dan membantu komunikasi pihak internal.⁷⁶

Viona Alvioniza berpendapat tentang peran humas juga telah sesuai harapan masyarakat, ia mengatakan :

“Sejauh ini peran dan strategi humas juga sudah sesuai, melalui humas, saya bisa terbantu untuk berkomunikasi dengan pihak internal sebuah instansi. Saya juga sering mendapatkan informasi penting tentang instansi melalui humas. Produk media juga memiliki peran penting untuk menyampaikan informasi, sebuah pesan atau informasi bisa tersampaikan dengan benar jika melalui media yang tepat. Setiap produk media memiliki peran untuk menyampaikan informasi karena, setiap media memiliki audiens masing-masing.”⁷⁷

Menurut pandangan Viona, peran humas juga sudah tersampaikan di masyarakat karena Viona juga sering mendapatkan informasi penting terkait instansi melalui humas dan peran humas di mata masyarakat sebagai perantara yang menjembatani pihak eksternal dan internal, dengan humas bertanggungjawab memberikan informasi instansi kepada pihak eksternal maka akan sangat terbantu untuk strategi hubungan masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus.

Hasil wawancara dari para informan terkait strategi dan tugas yang dilakukan humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk meningkatkan citra kampus di era digital jawabannya

⁷⁶ Viona Alvioniza, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

⁷⁷ Viona Alvioniza, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

selaras dengan strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital. Secara garis besarnya dengan cara menggunakan media digital yaitu media sosial Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, Facebook, dan Saluran Whatsapp, ini sungguh berpengaruh untuk meningkatkan citra UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Hasil wawancara diatas diperkuat dengan adanya observasi dan dokumentasi, berikut media yang bekerjasama dengan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, meliputi;

1. Media elektronik terbagi menjadi 2 yaitu radio dan televisi.

a. K-Radio

K-Radio merupakan salah satu stasiun radio baru di Jember dengan konsep yang berbeda dengan radio saat ini.⁷⁸ Sementara itu, K-Radio memiliki sosial Instagram dengan jumlah pengikutnya adalah 21,4 ribu dan jumlah postingan 11.151. Sejak tahun 2021 K-Radio telah bekerja sama dengan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang merupakan cara demi meningkatkan citra kampus.

b. Radio Prosalina

Radio Prosalina merupakan radio FM pertama di

Kabupaten Jember provinsi Jawa Timur dan diresmikan pada

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁸ <https://www.k-radiojember.com/berita/layanan/profil-k-radio>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 18:07 WIB

tanggal 9 Desember 1989.⁷⁹ Kemudian, Radio Prosalina memiliki sosial media yakni Instagram dengan jumlah pengikut 5.745 dan jumlah postingan 11 ribu. Radio Prosalina telah melakukan kerjasama dengan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sejak tahun 2022 lalu, penjelasan diatas adalah salah satu strategi humas untuk meningkatkan citra kampus.

c. Nada FM

Radio Nada FM merupakan media elektronik yang dimiliki universitas dan murni dikelola mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Stasiun radio ini mempunyai tugas penting dalam membagikan informasi, pelajaran serta mendukung lewat udara agar bisa di dengar masyarakat.⁸⁰

Media radio komunitas ini juga bertugas untuk mencetak citra baik terkait Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kepada masyarakat. Radio nada FM memiliki media sosial Instagram dengan jumlah pengikut 348 dan 35 postingan.

d. JTV

JTV merupakan sebuah jaringan televisi swasta regional pertama di Indonesia. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa, hubungan masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad

⁷⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Radio_Prozalina, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 18:10 WIB

⁸⁰ <https://uinkhas.ac.id/berita/detail/semptat-mati-suri-radio-nada-fm-bangkit-lagi>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 18:46 WIB

Siddiq Jember memiliki banyak macam media digital sebagai bentuk strategi universitas, supaya informasi yang diberikan kepada khalayak umum bisa diterima dengan baik.⁸¹ Selain pembuatan konten yang diatur oleh anggota maupun kontributor humas untuk menjalankan strateginya sungguh dilakukan, supaya setiap media digital bisa menyamakan sesuai karakteristik masing-masing dan mengadaptasikan dengan kemauan masyarakat terlebih di era digital.

e. Jember 1 TV

Jember 1 TV merupakan televisi lokal yang mempunyai maksud merawat seni dan kebudayaan di Jember supaya tidak mati ditengah serangan modernisasi dan globalisasi. Jember 1 TV secara informal mempunyai tugas menjadi televisi lokal di Jember yang bertanggungjawab untuk memelihara seni dan budaya agar tetap ada dan berkembang ke arah yang lebih baik pada masyarakat Jember, menjadikan Jember berbudaya.⁸² Sementara itu, Jember 1 TV memiliki beberapa media sosial yaitu Instagram, Twitter, Youtube, dan Facebook.

c. FTV Jember

FTV Jember merupakan perusahaan TV lokal berbasis jaringan di Kabupaten Jember. News FTV Jember menyajikan

⁸¹ <https://jtvjember.com/tag/profil/>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 18:15 WIB

⁸² Nur Muhammad Firdaus Riansyah, *Upaya Jember 1 TV Dalam Melestarikan dan Mengembangkan Seni dan Budaya Melalui Program Acara Warna Warni Jember*, Universitas Muhammadiyah Jember, 2022.

berita teraktual dan terbaru di Kabupaten Jember dan sekitarnya. FTV Jember juga memakai media sosial yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, dan Facebook.

d. KHAS TV

KHAS TV merupakan media elektronik yang dimiliki oleh universitas dan dikelola langsung oleh hubungan masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. KHAS TV berisi berita seputar kampus, seperti pengumuman akreditasi perguruan tinggi yang baru saja dilaksanakan, masa Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswaan (PBAK) mahasiswa baru dan lain sebagainya.

2. Media Online

a. Website



Gambar 3.1

Pada website (uinkhas.ac.id) terdapat beberapa menu yang ditampilkan terkait informasi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Ditemukan beberapa menu yang dapat

dipakai seperti profil UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, akademis, UPT, dan prasarana.

b. Radar Jember

Radar Jember merupakan perangkat media terbesar di Indonesia yang termasuk bagian dari Jawa Pos Grup. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sudah melakukan MoU dengan Radar Jember sejak 15 Maret 2022.⁸³ Kerjasama yang dilakukan hanya sebatas media digital dan media online pada umumnya. Tetapi, media e-paper, e-koran, maupun media cetak juga akan memberi support pada kerjasama yang terjalin dengan baik sesuai ketentuan.

c. Suara Indonesia

Suara Indonesia telah mempunyai legalitas sah berbadan hukum kemenkumham dibawah lindungan PT Multimedia Suara Indonesia dan memberikan berbagai macam informasi kepada masyarakat terkait Indonesia secara lengkap dalam bingkai politik, ekonomi, kesehatan, lingkungan, sosial, dan budaya.⁸⁴ Suara Indonesia telah bekerjasama sejak 15 Maret 2022 lalu, dengan alasan sebagai bentuk ikhtiar mambangun kualitas kampus lebih baik.

d. Times Indonesia

⁸³ <https://radarjember.jawapos.com/sinergi/791111100/kerja-sama-smart-uin-khasradar-jember>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:45 WIB

⁸⁴ <https://suaraindonesia.net/tag/jember/>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:50 WIB

Times Indonesia bukan sekedar portal informasi berita biasa. Tetapi, menjadi media mainstream online pertama di Indonesia yang mengharuskan ketepatan, *cover both side, reading tourism* serta penelitian. Media massa online, Times Indonesia mempunyai jaringan 220 portal di kota dan kabupaten se-Indonesia dan 4 portal luar negara.⁸⁵ Media online ini memiliki media sosial seperti Instagram dengan jumlah pengikut 126 ribu dan 20 ribu postingan, Facebook, Twitter, dan Youtube.

e. Narasi News

Narasi News merupakan media digital yang bertugas di bagian jurnalisme dan media massa. Perusahaan ini didirikan pada 6 September 2017 oleh jurnalis senior Najwa Shihab, Catharina Davy, dan Dahlia Citra.⁸⁶ Narasi TV membuat kandungan atau isi jurnalisme dalam bentuk video, *talkshow*, reportase, kemasan dokumenter, opini, dan ruang interaksi.

f. Suara Jatim Post

Media ini termasuk media online yang menyajikan berita terkini. Dengan jumlah pembaca ratusan ribu, suara jatim post menyajikan informasi teraktual, akurat, dan professional. Penulisan kualitas berita, mejadi skala prioritas yang di dukung oleh jurnalis yang kompeten dan profesional serta telah

⁸⁵ https://id.wikipedia.org/wiki/TIMES_Indonesia, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:19 WIB

⁸⁶ [https://id.wikipedia.org/wiki/Narasi_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Narasi_(perusahaan)), diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:15 WIB

tersertifikasi profesi di bidangnya.⁸⁷ Media ini memiliki akun resmi di Twitter, Instagram dan WhatsApp.

g. Berandabaca.com

Berandabaca.com adalah media online yang menyajikan isi seperti teks dan gambar sebagai informasi bagi masyarakat luas.⁸⁸ Media siber mempunyai karakter khusus, sehingga membutuhkan pedoman supaya pengelolaannya bisa dilakukan secara profesional.

h. Bangsapedia.com

Media ini adalah termasuk portal berita yang menyajikan produk jurnalistik secara independent, informatif, mencerdaskan, dan menginspirasi.⁸⁹ Media ini tidak hanya menyajikan fakta peristiwa, tetapi mengemasnya dalam produk jurnalistik yang bermutu. Sementara itu, dikelola oleh jurnalis yang telah memiliki sertifikat uji kompetensi wartawan, baik dari level muda, madya, dan utama yang menjunjung tinggi kode etik jurnalisme.

i. Frensia.id

Frensia.id merupakan media yang mempunyai komitmen memberikan informasi, ide dan tujuan yang mentaati tinggi keadilan, profesionalitas, dan bertujuan pada kebahagiaan

⁸⁷ <https://suarajatimpost.com/tentang-kami>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:21 WIB

⁸⁸ <https://berandabaca.com/disclaimer/>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:26 WIB

⁸⁹ <https://bangsapedia.com/page/tentang-kami.Bangsapedia.com>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2024, pukul 19:34 WIB

masyarakat Indonesia. Dengan harapan menjadi medium peningkatan kemajuan dan keluhuran bangsa, menjadi perantara meningkatkan pengetahuan dan metode yang berkeadilan, dan berpartisipasi untuk mendorong tercapainya kebahagiaan masyarakat.⁹⁰

j. Portal Jawa Timur

Portal Jatim berdiri sejak tahun 2006 dengan brand usaha Portal Communication yang mulai berkembang sejak pertengahan tahun 2007 hingga saat ini, bergerak di bidang konsultan komunikasi serta pelaksana kegiatan. Portal Jawa Timur mampu membangun kerjasama untuk meningkatkan brand image, public figure, creative, dan promotion publisher baik sebagai media konsultan maupun event organizer.⁹¹

k. NU Online

Media sah Nahdlatul Ulama (NU) yang menyediakan layanan informasi sosial kemasyarakatan, kebangsaan, dan keagamaan. NU Online menyajikan konten dengan prinsip moderat dan toleran yang dirujuk dari sumber-sumber otoritatif.⁹²

Hadirnya NU Online di era digital untuk memenuhi kebutuhan

⁹⁰ <https://frensia.id/tentang-kami/>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2024, pukul 23:34 WIB

⁹¹ <https://portalcommunication.com/profil/>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2024, pukul 23:35 WIB

⁹² <https://id.linkedin.com>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2024, pukul 23:46 WIB

masyarakat akan informasi islam yang akurat, kredibel, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

1. AreaNews.id

Area News (www.areanews.id) adalah media massa yang bergerak dalam situs web berita. Area News hadir sebagai refrensi bagi generasi yang lahir pada tahun 1980-1990.⁹³ Area News menyajikan informasi berupa berita dengan kualitas tinggi, mengutamakan data yang akurat dan seimbang, agar mampu menjadi refrensi pelajar, akademisi, dan pejabat.



3. Media Sosial

a. Instagram

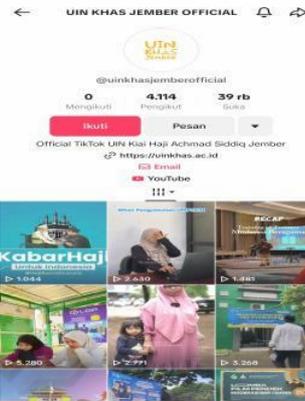
⁹³ <https://www.areanews.id/company-profile/>, diakses pada tanggal 26 Agustus 2024, pukul 22:19 WIB



Gambar 3.2

Instagram ialah aplikasi yang bisa membagikan foto dan rekaman video yang mungkin pengguna mengambil foto, mengambil rekaman video, dan memberikannya ke beberapa aplikasi sosial. Akun ini diakses pada tanggal 30 Juli 2024, terdapat 679 postingan yang berisi terkait informasi komunitas kampus. Postingan pertama pada tanggal 17 Juli 2019 dan terakhir mengunggah pada tanggal 27 Juli 2024. Sementara itu, akun ini memiliki 27 ribu pengikut dan jarak untuk mengunggah postingan terbaru kurang lebih 3 hari.

b. Tiktok



Gambar 3.3

Tiktok merupakan sebuah media sosial yang menghasilkan untuk para pemakainya membuat video pendek dengan durasi 3 menit yang dilengkapi dengan bagian musik, filter, dan berbagai aspek kreatif lainnya. Akun ini diakses pada tanggal 30 Juli 2024, terdapat 99 postingan, unggahan video pertama tembus 4.796 penonton dan unggahan video terakhir baru 977 penonton. Sementara itu, akun ini memiliki 4.112 pengikut dan jumlah penonton dari unggahan pertama hingga saat ini terdapat 39 ribu penonton.

c. Youtube



Gambar 3.4

Youtube merupakan situs video web yang membagikan beberapa video populer, yang dimana pengguna bisa mengakses, melihat, dan berbagi klip video secara gratis. Akun ini telah mengunggah 444 video, video terbaru di unggah 2 jam yang lalu berisi terkait rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember optimis raih Akreditasi Perguruan Tinggi (APT) unggul dan mempunyai 12 ribu pelanggan.

d. Twitter



Gambar 3.5

Twitter merupakan sebuah media sosial yang menyebarkan berita pesan secara singkat, padat, dan waktu nyata di dalam kalimat yang kurang dari 140 karakter kepada penontonnya di seluruh dunia. Sementara itu, akun ini memiliki 153 pengikut dan bergabung sejak Januari 2022. Akun ini kurang begitu aktif karena kurangnya efektifitas mahasiswa terhadap

Twitter.

e. Facebook



Gambar 3.6

Facebook merupakan jaringan sosial yang dibangun oleh Zuckerberg dan diresmikan pada 4 Februari 2004 yang para penggunanya bisa membubuhkan profil, foto, kontak ataupun informasi. Sementara itu, postingan pertama pada tanggal 11 Desember 2020 dan postingan terakhir pada tanggal 10 Mei 2023. Akun ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,4 ribu dan 2,3 ribu yang menyukai postingan.

f. Saluran WhatsApp



Gambar 3.7

WhatsApp merupakan sebuah aplikasi untuk saling berkirim pesan secara instan. Kemudian, penggunanya dapat saling bertukar foto, gambar, video, dan pesan suara. Akun ini dibuat sejak 28 November 2023 dan memiliki pengikut sebanyak 1.952 orang.

4. Media Cetak

a. Brosur Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)



Gambar 3.8

b. Banner atau Flyer



Gambar 3.9

Alasan menggunakan media digital saat ini karena masyarakat lebih cenderung menggunakan media digital jadi apapun serba online. Sementara itu, terdapat media cetak sebagai salah satu strategi meningkatkan citra kampus seperti membuat

brosur, banner atau flyer lalu di sebarluaskan dengan menempel di berbagai tempat umum.

Kesimpulannya, media sosial yang aktif digunakan humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk saat ini adalah Instagram dan Tiktok, diantara lainnya terdapat Twitter, Youtube, Facebook, Website, Saluran Whatsapp, KHAS TV, dan Radio. Produk yang telah dihasilkan humas kampus ialah membuat konten terkait pengumuman penerimaan mahasiswa baru, mahasiswa yang berprestasi, mahasiswa yang sedang melaksanakan yudisium dan wisuda. Cara kedua yang dilakukan untuk meningkatkan citra kampus yaitu dengan mencetak brosur, banner, flyer, dan poster lalu ditempel di tempat-tempat umum supaya masyarakat dapat mengetahui kualitas kampus. Terakhir, melakukan sosialisasi dengan membuat isi atau kandungan yang ada di media sosial dan sosialisasi ke beberapa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang bertempat di Kabupaten Jember.

2. Tantangan dan Hambatan Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital

Upaya humas meningkatkan citra UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tidak jauh dari masyarakat yang saat ini menjadi alasan penting untuk mendorong terwujudnya program-program yang diadakan dalam lembaga pendidikan. Humas menjadi penyambung komunikasi atau perluasan jangkauan informasi yang akan diberikan kepada masyarakat

dan berusaha supaya informasi tersebut tersampaikan kepada masyarakat secara tepat dan cepat. Akan tetapi, sering sekali mendapatkan tantangan dan hambatan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh M. Nor Afandi mengatakan :

"Tantangannya adalah humas harus selalu berinovasi, kalau tidak berinovasi maka hanya sekedar nama, inovasi apa yang harus dilakukan yang pertama karena memang keterbatasan SDM humas hanya 4 orang tidak mungkin kemudian secara sosialisasi publikasi mengcover seluas UIN KHAS perguruan tinggi ini dengan 5 fakultas dan sekian prodinya. Maka dari itu kami merekrut secara terbuka volunteer atau kontributor tepatnya dari mahasiswa dan mahasiswi di 5 fakultas, sudah terekrut kontributor ada 20 kontributor yang membantu humas sekaligus juga dalam kecepatan produksi, kecepatan memberikan informasi, dan keakuratan dalam melakukan informasi atau memberikan informasi."⁹⁴

Terlepas dari itu semua, tentu saja ada faktor pendukungnya seperti yang dijelaskan oleh Afandi selaku kepala humas, ia mengatakan :

"Karena pusat ini berbeda dengan pusat yang lain sehingga pusat ini bisa langsung berhubungan dengan rektor, wakil rektor, berhubungan langsung dengan pimpinan sehingga itu bagian dari kemudahan sehingga cepat dan akurat informasi yang di dapatkan."⁹⁵

Humas atau Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei harus berinovasi agar tidak hanya tinggal nama saja, maka dari itu humas merekrut para mahasiswa dan mahasiswi dari berbagai fakultas dan program studi yang memiliki kriteria cepat dalam memproduksi informasi, cepat memberikan informasi, dan keakuratan dalam memberikan sebuah informasi kepada khalayak umum. Kelebihan yang

⁹⁴ M. Nor Afandi, diwawancarai oleh peneliti, 12 Juni 2024

⁹⁵ M. Nor Afandi, diwawancarai oleh peneliti, 12 Juni 2024

dimiliki humas adalah bisa berhubungan langsung dengan pimpinan jadi informasi yang di dapatkan sudah pasti cepat dan akurat.

Selain tugas staf humas mempublikasikan terkait kualitas kampus tentu saja memiliki hambatan dan tantangan yang harus di hadapi, terkait masalah mahasiswa yang sedang Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswaan (PBAK) di tempat yang sepatasnya tidak dilakukan disana, tetapi menjadi hal yang tidak baik dipandangan masyarakat kemudian solusi humas dengan melakukan klarifikasi terkait permasalahan yang terjadi agar tidak mencoreng nama baik lembaga.

Seperti yang dikatakan oleh Cahya Fikri :

"Hambatan dan tantangan seringkali untuk meningkatkan citra itu media-media yang kontra dengan kampus juga ada meskipun tidak banyak, kemudian ada berita-berita yang nyeleweng tentang kampus terkait mahasiswa yang melakukan tindak kriminal memang tugas humas untuk mengcounter berita tersebut, memberi klarifikasi bahwa ketika itu memang mahasiswa kita, kita lakukan tindakan yang memang seharusnya dilakukan oleh kampus, kita sebagai humas menyampaikan itu kepada pimpinan kemudian turun sebuah instruksi yang misal kita keluarkan rilis bahwa mahasiswa tersebut memang betul mahasiswa UIN KHAS Jember dan tindakan tersebut tidak dibenarkan. Kemudian, konsekuensinya mahasiswa tersebut dikeluarkan dari kampus. Tantangan selanjutnya ingin menampilkan sisi bagus dari UIN KHAS Jember tetapi ada beberapa tempat yang di rasa itu tidak bagus dari situ kita sebagai humas menyampaikan kepada bagian umum, misal kamar mandi ada yang rusak itu aduan kita sampaikan kemudian ada tindakan dan tugas kita sebagai humas harus mempublikasikan itu bahwa hal yang menjadi masalah itu kita sudah atasi. Humas sebagai penyebar beritanya sedangkan pelaksana untuk meningkatkan citra kita. SDM kita hanya 4 orang, kami handle semua bagian dan itu masih kurang jadi kami merekrut kontributor dari mahasiswa yang insyaAllah tiap tahun akan membuka rekrutmen."⁹⁶

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹⁶ Cahya Fikri, diwawancarai oleh peneliti, 7 Juni 2024

Cahaya Fikri selaku staf humas divisi desain grafis berpendapat terkait produk yang dihasilkan humas telah sesuai harapan masyarakat :

“Sejauh ini produk yang dihasilkan humas sudah sesuai harapan masyarakat karena kami terus melakukan evaluasi secara berkala berdasarkan umpan balik dari masyarakat, humas UIN KHAS Jember juga terus meningkatkan kualitas produk-produknya agar lebih sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan masyarakat.”⁹⁷

Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mempunyai tantangan dan hambatan yang pertama dengan memberikan klarifikasi terkait permasalahan yang sedang terjadi di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember karena tugas humas itu selain menjaga nama baik perguruan tinggi islam negeri dan juga harus mempublikasikan bahwa yang sebenarnya terjadi seperti apa agar masyarakat yang awam mengerti dan kedua yaitu terkait Sumber Daya Manusia (SDM) humas yang sangat terbatas jadi harus merekrut kontributor dari mahasiswa dan mahasiswi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tetapi ada jadwalnya karena para mahasiswa dan mahasiswi masih aktif dengan pembelajaran dikelas.

Tantangan dan hambatan yang dialami oleh humas selain terkait kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) karena tugas humas membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang cukup, kemudian alat dokumentasi dan publikasi juga kurang, perlu adanya penambahan fasilitas yang memadai agar tugas yang dilakukan humas itu maksimal.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Ghani Ramadhan staf humas divisi audio visual, ia mengatakan :

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹⁷ Cahya Fikri, diwawancarai oleh peneliti, 7 Juni 2024

"Tantangan pertama, kita keterbatasan alat terkait dokumentasi publikasi, komputer terbatas terus juga SDM berkurang dan terlalu banyak pekerjaan diluar humas yang kita kerjakan termasuk seperti, perintah pimpinan yang kita tidak bisa menolak akhirnya kerjaan humas jadi terhambat."⁹⁸

Ghani Ramadhan mengutarakan harapan untuk UIN Kiai Haji

Achmad Siddiq Jember ke depannya :

“Harapan saya bagi humas UIN KHAS Jember ini adalah bisa menambahkan SDM humas, menambah alat dokumentasi untuk menunjang pekerjaan humas agar hasilnya lebih maksimal, membangun kerjasama yang lebih banyak lagi dengan berbagai pihak termasuk media, lembaga pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor bisnis guna mendukung promosi dan sosialisasi kegiatan yang dilakukan oleh UIN KHAS Jember, selain itu juga diharapkan bisa memberikan sumbangan yang lebih positif dan signifikan bagi institusi dan masyarakat secara keseluruhan.”⁹⁹

Sementara itu tantangan dan hambatan humas menurut Ghani Ramadhan divisi audio visual seputar keterbatasan alat dokumentasi publikasi, komputer atau device, kurangnya sumber daya manusia, dan terkadang pekerjaan atau perintah dari pimpinan diluar humas yang membuat pekerjaan humas terhambat. Kemudian, harapan yang diinginkan untuk humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kedepannya yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) humas bertambah, alat atau device diperbanyak atau dilengkapi lagi, dan semakin banyak melakukan kerjasama dengan media-media agar UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember bisa mewujudkan misinya agar menjadi Perguruan Tinggi Islam terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045.

⁹⁸ M. Ghani Ramadhan, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

⁹⁹ M. Ghani Ramadhan, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

Wakil rektor 3 Khairul Faizin merasakan bahwa hambatan dan tantangan yang dialami selama ini adalah sekarang telah berada di era teknologi maka harus memperbanyak titik pemasangan wifi di sekitar kampus untuk melengkapi fasilitas yang kurang agar mahasiswa mudah mengakses ilmu yang dibutuhkan dan mindset mahasiswa telah berubah lalu kampus membuat workshop dan pelatihan untuk mengupgrade itu semua.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Khairul Faizin selaku wakil rektor 3 untuk memperkuat data skripsi, Khairul Faizin mengungkapkan :

“Di era ini mindset mahasiswa sudah berubah kemudian kampus membuat sekian banyak workshop dan pelatihan dalam rangka untuk mengupgrade artinya yang tidak melek teknologi jangan dibiarkan begitu saja, tapi dipacu untuk bisa teknologi, yang kedua karena ini era teknologi salah satu syarat yang harus ada itu kasih sarana yang berbasis teknologi yaitu jaringan wifi karena mau tidak mau harus dilakukan artinya ketika dosen memerintahkan mahasiswa untuk googling tidak ada lagi alasan, yang ketiga akses diluar kemudahan teknologi terutama IT teknologi informasi itu disatu sisi kita bisa mendapatkan informasi dari seluruh dunia dalam satu hari dengan cepat tidak usah datang ke lokasi itu positifnya teknologi tetapi disisi lain kita bisa melihat semuanya lewat hp dan hanya kita yang bisa mengontrolnya.”¹⁰⁰

Tantangan universitas saat ini adalah harus mengupgrade skill di bidang teknologi karena jika tidak maka akan tertinggal. Kemudian, harus pintar memilah dan memilih informasi, karena saat ini sangat banyak oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab merusak teknologi.

Pendapat Zulfa terkait tantangan dan hambatan humas di era digital ini yaitu harus mengetahui trend atau berita yang sedang viral saat

¹⁰⁰ Khairul Faizin, diwawancarai oleh peneliti, 3 Juli 2024

ini dan tentunya harus menarik, kemudian harus siap sedia mencari informasi di setiap event di kampus.

Khaula Zulfa Yusuf sebagai alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam juga mengatakan :

"Tantangan dan hambatan di era digital kita harus rajin untuk mengupload konten. UIN udah punya tenaga dan itu tantangannya harus terus mengupgrade skil-skil dari tenaga konten kreator karena tantangan di era digital itu adalah suatu keunikan dan keberbedaan dari konten-konten humas lainnya, harus juga ngikutin trend atau hal-hal baru yang bisa diupload dan juga pastinya harus siap sedia untuk mencari informasi di setiap ada event acara di kampus entah itu event wisuda atau pertemuan-pertemuan rektor di kampus harus dikulik terus itu tantangannya. Lalu hambatannya harus lebih ditingkatkan lagi SDM dan mungkin skil-skil yang harus di upgrade."¹⁰¹

Kerjasama humas dengan media luar itu sangat penting, seperti yang dikatakan Zulfa Yusuf :

"Kerjasama humas dengan media partner itu sangat bisa membantu meningkatkan citra kampus apalagi di zaman yang serba digital ini semuanya dilakukan dengan sangat cepat dan mudah tetapi kita sebagai masyarakatnya juga harus pintar memilih dan memilah informasi mana yang baik atau tidaknya karena saat ini sangat kejahatan di dunia digital. Selanjutnya media yang dikelola humas sudah sangat membantu meningkatkan citra kampus karena humas UIN KHAS Jember melakukan strateginya dengan tepat sasaran."¹⁰²

Menurut Zulfa tantangan humas saat ini harus rajin mengupload konten-konten terbaru yang sedang viral saat ini dan hambatannya untuk humas yakni terkait SDM dan skil-skil konten kreator yang harus ditingkatkan lagi. Sementara itu, media digital yang dikelola humas sudah

¹⁰¹ Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

¹⁰² Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

tepat dan kerjasama dengan media-media ataupun lembaga pendidikan lainnya yang dilakukan juga sudah cukup daripada tidak sama sekali.

Karyawan Radar Jember, Viona Alvioniza juga memiliki sudut pandangya tersendiri terkait hambatan dan tantangan humas seperti dituntut dengan adanya teknologi yang semakin canggih agar tidak tertinggal, harus bisa melihat peluang yang ada kemudian perubahan perilaku masyarakat karena masyarakat yang menjadi targetnya.

Viona Alvioniza selaku karyawan Radar Jember juga berpendapat :

"Tantangan humas adalah sejalan dengan perkembangannya zaman yang makin maju dan teknologi yang serba canggih menuntut humas untuk bisa beradaptasi. Seperti, media sosial sebagai media penyebar informasi, humas harus bisa melihat peluang, dan menggunakan media sosial dengan tepat agar bisa merasakan manfaatnya. Terkait perubahan perilaku masyarakat, humas harus bisa menganalisa perilaku audience atau masyarakat yang menjadi targetnya."¹⁰³

Menurut Viona Alvioniza terdapat 6 cara untuk menangkali tantangan dan hambatan yang terdapat di era digital saat ini, ia mengungkapkan :

"Cara untuk melawan hambatan dan tantangan di era digital tentunya dengan memahami audiens, menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan audiens, aktif menggunakan media sosial dan mengikuti trend terkini, memantau engagement secara berkala, interaksi aktif dengan audiens, perkuat identitas perusahaan dan kampus harus bisa membuat branding yang bagus dan kuat sehingga akan selalu diingat audiens."¹⁰⁴

Viona menjabarkan tantangan humas terdapat pada teknologi yang semakin canggih maka dari itu humas harus bisa melihat peluang dan menggunakan media digital dengan tepat agar bisa merasakan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰³ Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti, 5 Juni 2024

¹⁰⁴ Zulfa Yusuf, diwawancarai oleh peneliti 5 Juni 2024

manfaatnya, humas mampu mengetahui atau mengamati masyarakat jika ada perubahan karena masyarakat yang menjadi targetnya.

Hasil wawancara pada masing-masing narasumber mengenai tantangan dan hambatan humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital jawabannya hampir sama, karena tantangan dan hambatan humas itu sendiri terkait keterbatasannya Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga mencari kontributor dari mahasiswa yang terdiri dari 5 fakultas yang setiap tahunnya akan dibuka pendaftaran kontributor humas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember karena para mahasiswa akan lulus dan dijadwalkan sesuai waktu senggangnya mahasiswa tersebut, kemudian terbatasnya alat dokumentasi publikasi, dan terkadang waktu untuk mengerjakan tugas humas terhambat karena humas mendapatkan tugas dari atasan atau pimpinan yang membutuhkan tenaga humas, humas harus update tentang berita apa saja yang sedang viral saat ini agar tidak tertinggal, harus melakukan evaluasi terkait kerjasama dengan berbagai media-media bukan hanya media, tetapi juga lembaga pendidikan khususnya untuk Sekolah Menengah Atas (SMA) agar misi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk membentuk Perguruan Tinggi Islam yang terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045 tercapai.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil temuan peneliti, sub fokus penelitian pertama terkait bagaimana strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital, diperoleh kesimpulan : Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital saat ini sudah cukup baik dengan menggunakan media digital seperti mengshare konten-konten terkait kampus di media sosial yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, dan lain sebagainya, bekerja sama dengan media-media luar seperti Radar Jember, JTV, Suara Indonesia, dan lainnya. Selanjutnya, media cetak juga digunakan seperti membuat brosur, banner, flyer dan dipasang di tempat umum yang bertujuan agar masyarakat mengetahui kualitas dari UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Sedangkan sub fokus penelitian kedua tentang apa saja tantangan dan hambatan yang di hadapi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital yakni kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) humas, keterbatasan alat dokumentasi publikasi, dan terkadang waktu untuk mengerjakan pekerjaan humas juga terhambat karena, humas mendapatkan tugas dari atasan atau pimpinan yang membutuhkan tenaga humas, humas harus update tentang berita apa saja yang sedang viral saat ini secara berkala agar tidak tertinggal, harus bisa menggunakan teknologi dengan bijak, harus jeli memilah dan memilih informasi yang akan di share kembali karena saat ini sangat banyak oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab.

Bidang hubungan masyarakat bisa ditemukan di organisasi kecil layaknya karang taruna, unit kegiatan mahasiswa, kepanitiaan acara, institusi pemerintahan dari tingkat daerah hingga pusat, dan lembaga kecil hingga besar. Humas sangat sering menggantikan organisasi untuk menjadi narasumber berita. Oleh karena itu, adanya hubungan masyarakat pada sebuah organisasi, institusi atau perusahaan sangat penting khususnya untuk membuat reputasi positif di mata masyarakat.

1. Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus

Pada hakikatnya, humas di perguruan tinggi sangat penting karena itu adalah sebuah perwajahan lembaga yang akan dilihat oleh masyarakat luas. Terbentuknya strategi humas ketika komunikasi dan komunikator saling bekerja sama demi membantu, bukan hanya mewujudkan tujuan yang di maksud tetapi diperlukan strategi yang tersusun dan terstruktur karena strategi humas yang terstruktur akan menghasilkan kualitas yang baik juga.

Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk meningkatkan citra kampus, peneliti menemukan bahwa strategi humas kampus menggunakan media digital karena pada saat ini masyarakat lebih dominan menggunakan media digital. Terdapat 3 jenis media digital yang dipakai oleh hubungan masyarakat yaitu media elektronik, media online, dan media sosial. Media partner yang bekerja sama dengan kampus yakni media elektronik meliputi K-Radio, Radio Prosalina, JTV. Jember 1 TV,

dan FTV Jember. Selain itu, media sosial yang dipakai oleh hubungan masyarakat yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, Facebook, dan Saluran WhatsApp. Selanjutnya, terakhir media cetak berupa brosur, flyer, dan banner.

Adapun strategi humas kampus dalam meningkatkan citra yang terjadi antara anggota humas dengan masyarakat, mengacu pada media digital yakni media elektronik, media online, dan media sosial. Hal ini dibuat dengan membuat konten di media sosial, sosialisasi ke beberapa Sekolah Menengah Atas yang ada di Jember, membuat flyer atau brosur terkait penerimaan mahasiswa baru, hal ini dilakukan agar humas dapat mendapatkan calon-calon mahasiswa dan mahasiswi baru.

Berikut media digital yang di bagi menjadi 3 yaitu media elektronik, media online, dan media sosial yang dikelola serta bekerja sama dengan kampus. Humas juga menggunakan media cetak sebagai salah satu strategi meningkatkan citranya :

a. Media Elektronik :

1. Radio : K-Radio, Radio Prosalina, dan Nada FM
2. Televisi : Jember 1 TV, JTV, FTV Jember, dan KHAS TV

b. Media Online : website resmi (<https://uinkhas.ac.id>), Radar Jember, Suara Indonesia, Times Indonesia, Narasi News, Suara Jatim Post, Berandabaca.com, Bangsapedia.com, Frensia.id, Portal Jatim, NU Online, dan AreaNews.id

c. Media Sosial : Instagram, Tiktok, YouTube, Twitter, Facebook,

dan Saluran WhatsApp.

d. Media Cetak : Brosur, Banner, dan Flyer.

Seperti yang telah diketahui, strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital, bahwasannya media-media tersebut tidak dikelola sendiri oleh UIN Kiai Haji Achmad Siddiq tetapi, juga dikelola media luar untuk menunjang branding UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Sejalan berkembangnya zaman dan meningkatnya persaingan di dunia pendidikan, citra sebuah perguruan tinggi islam negeri menjadi salah satu alasan penting yang memberikan efek keberhasilan dalam menarik minat calon mahasiswa, membangun kerjasama dengan berbagai sisi, serta menjaga reputasi di tingkat nasional maupun internasional. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagai salah satu perguruan tinggi Islam di Indonesia, terus berupaya untuk meningkatkan citra dan reputasinya melalui berbagai strategi dan program yang inovatif. Berikut beberapa efek dan indikator dari humas UIN Kiai Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus :

1. Meningkatkan Kualitas Akademik

Efek : Meningkatkan citra Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di tingkat nasional dan internasional sekaligus meningkatkan minat calon mahasiswa untuk mendaftar.

Indikator : Peningkatan peringkat universitas dalam pemeringkatan

nasional dan internasional, jumlah mahasiswa baru yang diterima (termasuk dari luar daerah), kualitas penelitian, serta akreditasi program studi yang lebih baik.

2. Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas

Efek : Memperbaiki lingkungan belajar dan mengajar,
Meningkatkan kenyamanan dan produktivitas mahasiswa serta staf.

Indikator : Penambahan dan pembaruan fasilitas pendidikan, seperti laboratorium, perpustakaan, dan ruang kelas, tingkat kepuasan mahasiswa terhadap fasilitas kampus, frekuensi penggunaan fasilitas kampus oleh mahasiswa dan dosen.

3. Peningkatan Keterlibatan dan Kontribusi Sosial

Efek : Meningkatkan persepsi masyarakat kepada peran Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam memperkuat hubungan dengan komunitas lokal dan nasional.

Indikator : Partisipasi mahasiswa dan dosen dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan, respons masyarakat terhadap kontribusi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam bidang sosial dan keagamaan.

4. Peningkatan Kerjasama dan Kolaborasi

Efek : Meningkatkan jaringan dan kesempatan bagi mahasiswa dan dosen untuk berkembang, memperluas akses ke partner lokal maupun nasional.

Indikator : Kesepakatan kerjasama dengan industri dan pemerintah, serta program pertukaran mahasiswa dan dosen.

5. Peningkatan Aktivitas Mahasiswa

Efek : Meningkatkan kreativitas dan keterampilan soft skill mahasiswa, serta meningkatkan daya saing lulusan di dunia kerja.

Indikator : Jumlah kegiatan ekstrakurikuler yang tersedia, prestasi mahasiswa dalam kompetisi tingkat nasional dan internasional, serta tingkat keterlibatan mahasiswa dalam organisasi kampus.

6. Optimalisasi Komunikasi dan Branding

Efek : Meningkatkan visibilitas Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di media massa dan media sosial, membangun citra positif yang konsisten di mata publik.

Indikator : Jumlah dan jangkauan pemberitaan positif tentang UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, aktivitas dan interaksi media sosial kampus, hasil survei citra dan persepsi publik terhadap UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Menerapkan strategi tersebut dan terus memantau indikatornya, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember bisa

mengembangkan citranya secara signifikan, baik di mata internal maupun eksternal.

Menurut statuta UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada BAB I ketentuan umum pasal 1 dalam peraturan menteri nomor 21 yang di maksud dengan koordinator bagian pelaksana teknis adalah pemimpin bagian pelaksana teknis pendukung akademik pada universitas dan salah satu tujuan universitas yaitu mengembangkan kepercayaan umum dan membangun kerjasama antar lembaga dalam dan luar negeri. Kemudian, strategi kampus salah satunya adalah ingin memperluas akses melewati penaikan kerjasama dan penguatan hubungan antar perguruan tinggi dan pemegang tahta kepentingan dalam dan luar negeri.

Pada BAB XII di bagian kerja sama pasal 111 nomor 1 hingga 5. Pertama, Universitas dapat melaksanakan kerjasama dalam bagian akademik atau non akademik dengan pihak luar, baik dalam maupun luar negeri. Kedua, kerjasama dilaksanakan untuk mengembangkan usaha dan mutu hasil pendidikan, penelitian, dan berbakti kepada masyarakat. Ketiga, kerjasama dengan pihak luar dilaksanakan berdasarkan saling memberikan keuntungan. Keempat, pendapat kerjasama sebagaimana yang dimaksud bisa berasal dari fakultas, pascasarjana, program studi, lembaga, pusat, bagian pelaksana teknis, dan terakhir kerjasama di bagian akademik dan non akademik bertujuan kepada ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kerjasama yang dimaksud dapat berupa pertukaran pendidik, pergantian peserta didik, pemanfaatan sumber daya, penyelenggara konferensi ilmiah, mengadakan program studi gelar ganda (*double degree*), dan lain sebagainya. Selanjutnya kerjasama non akademik sebagaimana yang dimaksud adalah kontrak manajemen, penggunaan harta, pencarian dana, pembagian jasa dan royalti atas hak kekayaan kecerdasan atau kerjasama lain yang sama dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Tantangan dan hambatan humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital

Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus telah menimbulkan kualitas yang bagus karena dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah diberikan informan bisa disimpulkan bahwasannya strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan masyarakat luar mempunyai level kualitas yang cukup baik, hal itu diberi tanda dengan hadirnya calon mahasiswa dan mahasiswi baru. Semua itu direalisasikan oleh humas ketika penyampaian informasi yang mudah dipahami dan lengkap. Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember menggunakan strategi lebih dari satu media atau alat untuk menjelaskan tujuan yang sama dan memberikan informasi tambahan berkaitan tujuan yang diketahui oleh humas. Hal ini yang dijalani humas supaya calon mahasiswa dan mahasiswi baru bisa memahami informasi yang diberikan salah satu caranya dengan sosialisasi ke beberapa Sekolah

Menengah Atas (SMA) yang akan lulus dari bangku sekolah dan melanjutkan ke perguruan tinggi sekaligus memberikan brosur terkait penerimaan mahasiswa baru.

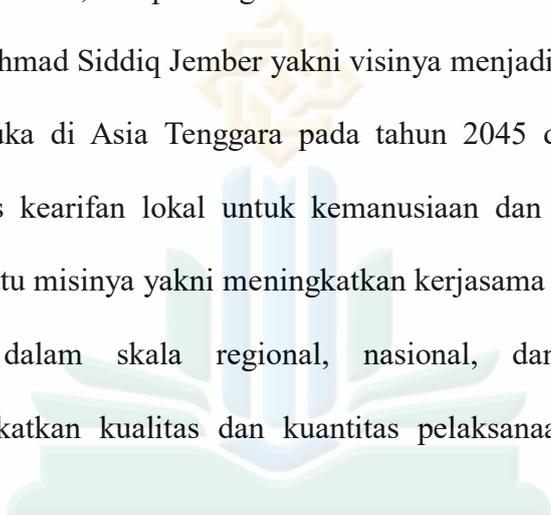
Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital dalam menghadapi tantangan dan hambatan sudah dikatakan berhasil karena humas dapat membangun image atau branding kampus yang mudah dipahami oleh calon-calon mahasiswa dan mahasiswi sehingga dapat menarik perhatian para calon mahasiswa baru. Selain itu menggunakan pakaian yang rapi, bersih, sopan, menggunakan bahasa yang baik ketika menyampaikan informasi itu juga membuat masyarakat atau calon mahasiswa baru merasa nyaman dan sosialisasi ke beberapa sekolah menengah atas berjalan dengan lancar dan menyenangkan.

Strategi humas kampus untuk meningkatkan citra dengan masyarakat atau calon mahasiswa baru menimbulkan hubungan yang semakin baik sudah dikatakan efektif karena informasi yang dimiliki humas telah diterima baik oleh calon mahasiswa atau mahasiswi baru dan menjadikan kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagai pilihan Universitas Islam Negeri yang akan dituju setelah lulus SMA.

Peneliti menyimpulkan bahwa strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital itu sudah berhasil, hal itu diberi tanda dengan adanya strategi humas yang

berpengaruh dengan calon mahasiswa baru. Selain itu, peneliti sudah melakukan cek ulang diantara seluruh data untuk meraih keaslian data yang didapat dan hasilnya sama dengan data informan dengan hasil observasi yang dikerjakan oleh peneliti.

Hal ini, serupa dengan visi dan misi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni visinya menjadi Perguruan Tinggi Islam terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045 dengan kedalaman ilmu berbasis kearifan lokal untuk kemanusiaan dan peradaban. Selanjutnya salah satu misinya yakni meningkatkan kerjasama dengan berbagai macam pihak dalam skala regional, nasional, dan internasional untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Hasil penelitian mengenai Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan citra kampus menggunakan media digital yaitu media elektronik, media online, dan media sosial, kemudian humas juga menggunakan media cetak di dalam strateginya. Sementara itu, humas juga melaksanakan sosialisasi ke beberapa Sekolah Menengah Atas di Kabupaten Jember dan bekerjasama dengan media elektronik yang meliputi 5 televisi, 2 radio, dan 12 media online, baik tingkat lokal, regional maupun nasional.
2. Tantangan dan hambatan humas kampus meliputi kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan alat dokumentasi publikasi, dan tambahan melakukan pekerjaan di luar humas karena perintah dari atasan atau pimpinan sehingga membuat pekerjaan humas terkadang terhambat. Namun, masih tertolong oleh kontributor dari para mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sebelumnya telah direkrut oleh pihak hubungan masyarakat.

B. Saran-saran

Terdapat saran-saran peneliti yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepada humas/Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember diharapkan lebih bisa memanfaatkan media elektronik seperti televisi serta radio yang belum difungsikan secara optimal.
2. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa mewujudkan bahan tambahan dalam melaksanakan penelitian selanjutnya yang bermanfaat dan lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : CV Jejak. 2018.
- Ari, Adrian Fadhilla & Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana. Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Lembaga. “*Jurnal Representamen*”. Vol. 9. No. 1. 2023.
- Bagus, Yulfi Irmawan & Dr. Erny Roesminingsih, M. Si. Manajemen Humas untuk Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi. “*Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*”. Vol. 9. No. 5. 2021.
- BN. 2021 No. 1234/www.peraturan.go.id. *Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*. 2021.
- Butterick, Keith. *Introduction Public Relation : theory and practic*. Rajawali : Rajawali Pers. 2014.
- Choyrol, Riki Huda. *Krisis yang Dihadapi Gen Z di Era Digitalisasi*. <https://www.rri.co.id/lain-lain/509071/krisis-yang-dihadapi-gen-z-diera-digitalisasi>. 2024.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis (Konsep)*. Salemba Empat. 2019.
- Fathiannisa, Dwi & Sri Ekowati P. Strategi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional (Studi Kasus pada RSUP Persahabatan Jakarta). “*Jurnal Ilmiah Mahasiswa*”. Vol. 8. No. 4. 2020.
- Febriandy, Fransisco Lopez. *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Artikel Ilmiah. 2015.
- Gifson, Gabriel Hasugian, Yani Hendrayani, & Lusya Handayani. Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara. “*Jurnal Pustaka Komunikasi*”. Vol. 3. No. 2. 2020.
- Hasanah, Hasyim. Teknik-Teknik Observasi. “*Jurnal At-Taqaddum*”. Vol 8. No.1. 2016.
- Humas. Sejarah UIN KHAS Jember. <https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>. 2018.

- Ishak, Aswad. *Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi*. Komunikasi. 2012.
- J, Lexy Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008.
- J, Creswell. *Educational Research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, PearsonPrentice Hall. 2008.
- Joseph, Dr. Teguh Santoso. M.Kom. *Faktor Penghambat Kesuksesan di Era Digital*. Universitas Stekom. 2022.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. terj. Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Kholisoh, Nur & Yenita. Strategi Komunikasi Public Relations & Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit X di Jakarta. "*Jurnal Ilmu Komunikasi*". Vol. 13. No. 3. 2020.
- Kusumastuti, Frida. Dasar-Dasar Humas. "*Jurnal Ilmu Komunikasi*". 2018.
- Laily, Nur Tri Wulansari, Kurnia Nur Fitriana, Nurul Khotimah, Danu Eko Agustinova, & Lena Satlita. Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Distraktif 4.0 dan Society 5.0 Tantangan dan Strategi. "*Jurnal Ilmu-Ilmu Social*". Vol. 20. No. 1. 2023.
- Locusjatom.com. Kembali Nahkodai PDIS. Afandi Siap Hadirkan 7 Inovasi Pengembangan HUMAS UIN KHAS Jember. <https://locusjatom.com/news/kembali-nahkodai-pdis-afandi-siap-hadirkan-7-inovasi-pengembangan-humas-uin-khas-jember/>. 2023.
- Maria, Sr. Assumpta Rumanti. *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta. PT. Grasindo. 2002.
- Meisani, Sayida. Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia. "*Jurnal Digital Media dan Hubungan*". Vol. 3. No. 1. 2021.
- Mulya, Wulan Asih, Khoiruddin Muchtar, & Yusuf Zaenal Abidin. Pengelolaan Digital PR Dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans. "*Jurnal Riset Komunikasi*". Vol. 3. No. 1. 2020.
- Muchtar, Khoiruddin & Dedy Herdiana. *Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam*. Vol 15. No 2. 2016.
- Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas*. Universitas Trunojoyo Madura. UMM Press. 2010.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Frenica Adya Rasta
Nim : 204103010066
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa hasil penelitian atau karya ilmiah tidak ada unsur penjiplakan karya milik orang lain atau dibuatkan orang lain. Kecuali secara tertulis yang dikutip sebagai refrensi skripsi ini yang sudah disebutkan dalam sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada proses dari orang lain, maka saya bersedia memperbaiki tulisan saya dan meminta maaf kepada yang bersangkutan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Jember, 01 Oktober 2024
Saya Menyatakan



Frenica Adya Rasta
Nim. 204103010066



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136
email : fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B. 1815 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 6 /2024 3 Mei 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Pusat Data Informasi dan Survei

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Frenica Adya Rasta
NIM : 204103010066
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PUSAT DATA INFORMASI KELEMBAGAAN DAN SURVEI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: info@uinkhas.ac.id



SURAT KETERANGAN SELESAL PENELITIAN

B-167/Un.22/1/HM.00.3/7/2024

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dr. Moh. Nor Afandi, M.Pd.I

Jabatan : Kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei

Menerangkan bahwa :

Nama : Frenica Adya Rasta

Nim : 20410301006

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melaksanakan penelitian di Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN KHAS Jember mulai 3 Mei 2024 sampai dengan 3 Juni 2024 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul **Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital"**

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Jember, 22 Juli 2024
Kepala Pusat Data,
Informasi Kelembagaan
dan Survei

Dr. Moh. Nor Afandi, M.Pd.I



PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Observasi tentang Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital
2. Observasi tentang faktor penghambat yang berpengaruh dalam meningkatkan citra kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di Era Digital

B. Pedoman Wawancara

1. Pihak Humas/PDIKS UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 - a. Profil humas, visi misi humas, tugas pokok humas, fungsi humas, sarana dan prasarana, dan data pegawai humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 - b. Strategi humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital
 - c. Tantangan dan hambatan humas yang berpengaruh dalam meningkatkan citra kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di era digital
2. Pihak pimpinan kampus, Alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019, dan Karyawan Radar Jember
 - a. Strategi Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Citra Kampus di Era Digital
 - b. Tantangan dan hambatan humas yang berpengaruh dalam meningkatkan citra kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di era digital

D. Pedoman Dokumentasi

1. Foto wawancara bersama informan

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan Kepala Humas/Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei

1. Bagaimana sejarah berdirinya humas UIN KHAS Jember?
2. Apa saja strategi humas UIN KHAS Jember untuk meningkatkan citra kampus?
3. Apa visi dan misi humas UIN KHAS Jember?
4. Apakah tugas dan fungsi humas sebenarnya?
5. Sejak kapan PDIKS difungsikan tugasnya menjadi humas?
6. Mengapa tugas PDIKS dialihkan menjadi humas?
7. Apa saja tantangan dan hambatan humas untuk mempertahankan citra kampus di era digital?
8. Apa saja faktor pendukung PDIKS UIN KHAS Jember dalam meningkatkan citra kampus?
9. Apa saja program/kegiatan kampus yang sudah dihasilkan dari humas/PDIKS UIN KHAS Jember?
10. Media apa saja yang digunakan humas UIN KHAS untuk meningkatkan citra kampus?
11. Lembaga apa saja yang sudah bekerja sama dengan UIN KHAS Jember?
12. Apa yang diharapkan oleh humas dengan menjalin kerjasama dengan media partner?
13. Bagaimana dampak/efek hasil kerjasama dengan media partner terhadap peningkatan citra kampus?

B. Wawancara dengan warek 3 UIN KHAS Jember

1. Apa saja strategi UIN KHAS untuk meningkatkan citra kampus di era digital saat ini?

2. Apa tantangan dan hambatan UIN KHAS Jember dalam meningkatkan citra kampus di era digital?
3. Lembaga/perusahaan apa saja yang sudah bekerjasama dengan UIN KHAS Jember untuk meningkatkan citra kampus?
4. Mengapa pak afandi ditugaskan di humas padahal itu bukan wilayahnya bapak afandi?
5. Mengapa pak afandi yg wewenangnya di LPM di pindahkan di humas?

C. Wawancara dengan Staf Humas

1. Apa saja tugas-tugas yang dilakukan untuk meningkatkan citra kampus?
2. Tantangan dan hambatan apa yang dialami dalam menjalankan tugas?
3. Apa harapan kakak untuk humas UIN KHAS Jember kedepannya?
4. Apa saja produk/konten yang diproduksi humas?
5. Apakah produk humas menurut anda sudah mengena/sesuai harapan Masyarakat?

D. Wawancara dengan alumni KPI angkatan 2019 dan Karyawan Radar Jember

1. Apa saja media digital humas UIN KHAS Jember yang kakak ketahui?
2. Apakah media yang dikelola humas bisa meningkatkan citra kampus?
3. Bagaimana seharusnya yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra kampus?
4. Apakah kerjasama humas dengan media partner bisa meningkatkan citra kampus?

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN

Wawancara dengan Cahya Fikri selaku staf humas divisi desain grafis

Jum'at, 7 Juni 2024



Wawancara dengan Afandi selaku Kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei

Rabu, 12 Juni 2024



Wawancara dengan Ghani Ramadhan selaku staf humas divisi audio visual

Rabu, 3 Juli 2024



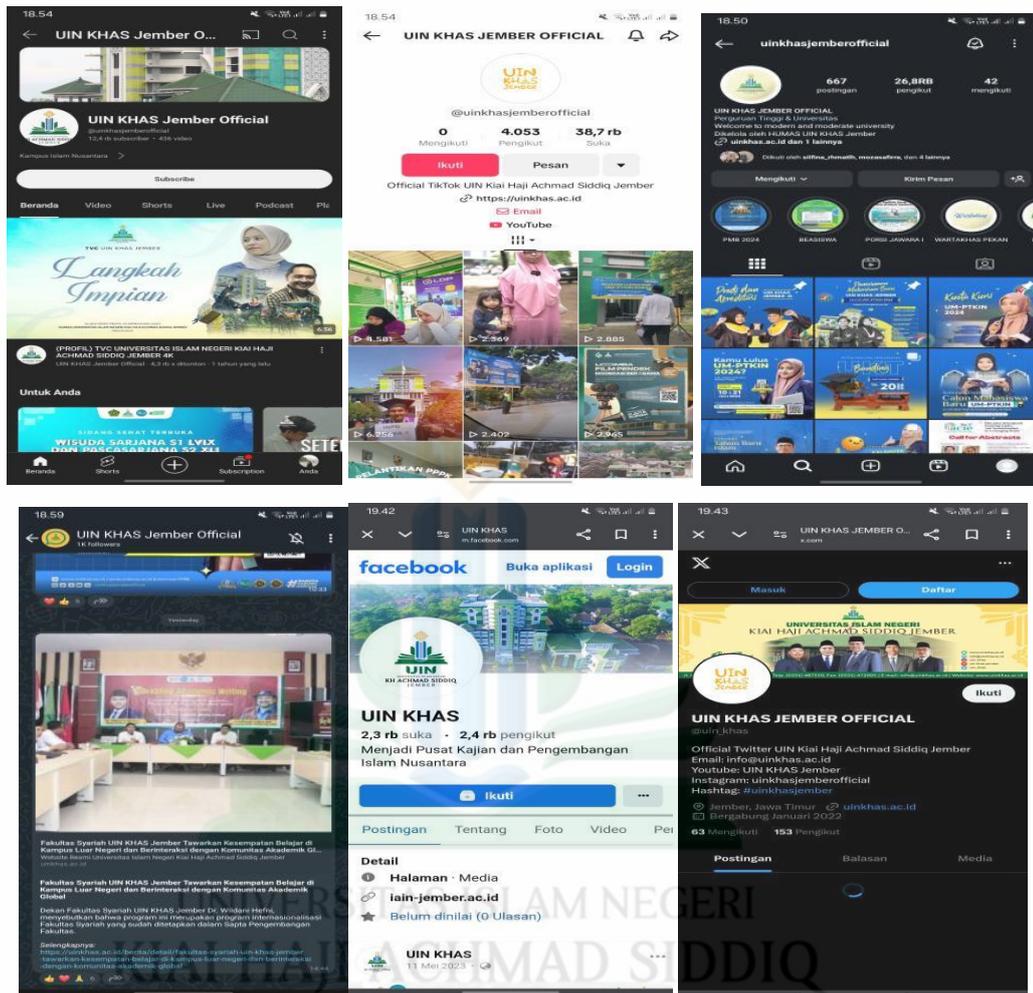
Wawancara dengan Zulfa Yusuf selaku alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019

Kamis, 6 Juni 2024



Wawancara dengan Viona Alvioniza selaku karyawan Radar Jember

Selasa, 4 Juni 2024



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Foto Brosur dan Banner Penerimaan Mahasiswa Baru 2024/2025

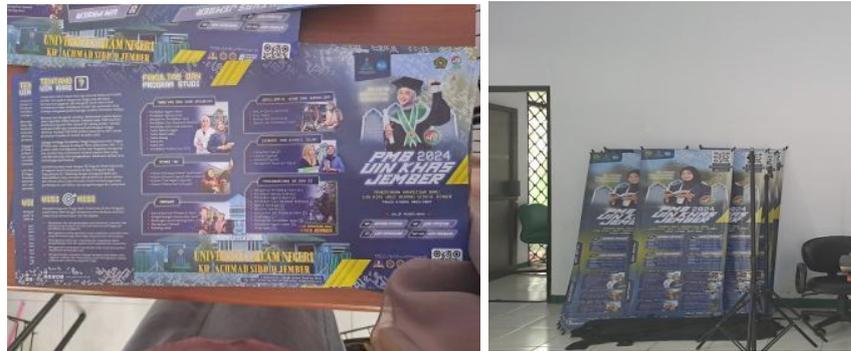
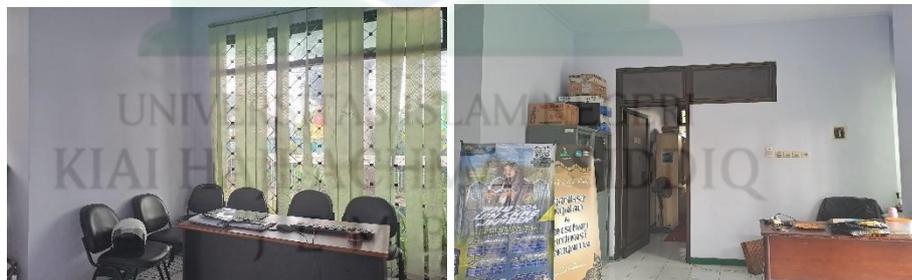


Foto Kantor Humas/PDIKS UIN KHAS Jember



BIODATA PENULIS

Nama : Frenica Adya Rasta
Nim : 204103010066
Fakultas : Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Denpasar, 01 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : BTN Permata Anyar Gg. Permata Biru C3 No.7 Sempidi,
Badung, Bali
Nomor Telepon : 087794108351
Email : frenicarasta01@gmail.com

Pendidikan Formal

1. TK Aisyah Bustanul Athfal 5 Denpasar
2. SD Muhammadiyah 4 Denpasar
3. SMP Firdaus Boarding School Jembrana
4. MAN 1 Jembrana