

**FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA  
LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**TRIO ADE SAPUTRA**  
**NIM. 201103010008**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
OKTOBER 2024**

**FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA  
LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**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



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

Oleh :  
**Trio Ade Saputra**

**NIM. 201103010008**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
OKTOBER 2024**

**FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA  
LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**SKRIPSI**

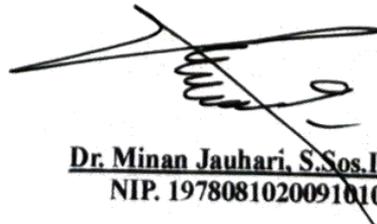
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Trio Ade Saputra  
NIM. 201103010008

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

Disetujui Pembimbing



Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I. M.Si.  
NIP. 197808102009101004

**FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA  
LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**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 : 21 November 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I. Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.  
NIP. 198710182019031004 NIP. 198110162023211011

Anggota :

1. Muhibin, S.Ag, M.Si.
2. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I, M.Si.

Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah

Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.  
NIP. 197302272000031001

**FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA  
LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**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 : 21 November 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

**Ahmad Hayvan Najikh, M.Kom.I.**  
NIP. 198710182019031004

**Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.**  
NIP. 198710182019031004

Anggota :

1. **Muhibin, S.Ag, M.Si.** ( )
2. **Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I, M.Si.** ( )

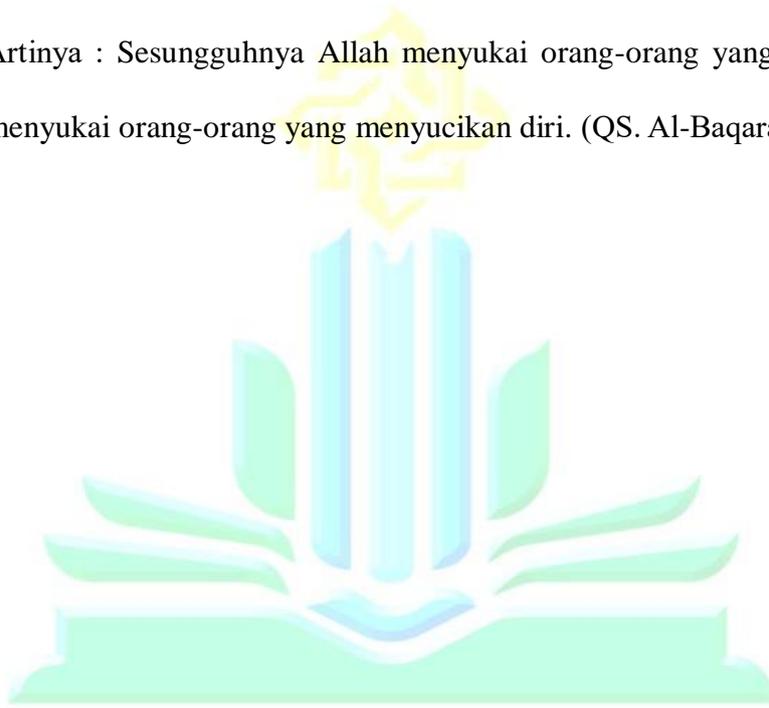
Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah

**Dr. Fawaizul Umam, M.Ag**  
NIP. 197302272000031001

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Artinya : Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertobat dan menyukai orang-orang yang menyucikan diri. (QS. Al-Baqarah[2]:222)<sup>1</sup>



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

---

\* “Qur’an Kemenag,” accessed October 22, 2024, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=222&to=222>.

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yang telah memberikan petunjuk, hidayah, serta pertolongan-Nya kepada saya. Sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Teriring do'a serta ucapan terimakasih saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orangtua saya, Bapak Achmad Sujari dan Ibu Kiki Tumi Rochmawati yang telah banyak berkorban demi kelancaran dan kesuksesan anaknya untuk bisa lanjut kuliah sampai dengan saat ini. Beliau adalah Motivator yang hebat dalam kehidupan saya.
2. Kakak saya, Yeni Nurlita Utami dan Danar Dwi Sanjaya yang telah memberikan semangat serta dorongan untuk bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Teman-teman seperjuangan KPI 01 angkatan 2020, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam terselesaikannya skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufiq serta hidayah-Nya kepada saya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul Fungsi *Public Relation* Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di UIN KHAS Jember dengan baik. sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya kelak dihari qiyamat nanti. Aamin.

Penulis mengucapkan syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak, sehingga penulis menyadari pentingnya menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni S.Ag., M.M., CPEM., sebagai Rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah
3. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I. selaku Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si., sebagai dosen yang memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga, sehingga dapat menambah pengetahuan yang lebih luas kepada penulis.
5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah yang telah mengajar, membimbing dan berbagi ilmu dengan penulis selama masa perkuliahan.

6. Dr. Moh. Nor Afandi, M.Pd.I, selaku Kepala Pusat Data, Informasi dan Survei (PDIS) UIN KHAS Jember, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Kantor Humas UIN KHAS Jember

Jember, 23 Oktober 2024



**Tri Ade Saputra**  
201103010008



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

## ABSTRAK

**Trio Ade Saputra, 2024** : *Fungsi Public Relation Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di UIN KHAS Jember*

**Kata Kunci** : *Public Relation, Media Relation*

Penyebaran informasi yang begitu cepat membuat kita selalu *update* akan berita-berita yang sedang viral. Seperti yang terjadi pada perguruan tinggi UIN KHAS Jember, kampus ini menjadi sorotan publik dikarenakan munculnya isu kontroversial terkait aksi mahasiswa UIN KHAS Jember berjoget didalam masjid. Kejadian ini memicu perhatian berbagai media yang dengan cepat memberitakan fenomena tak terduga tersebut. Akibatnya, setelah disiarkan dalam media, video ini menjadi viral dan mendapat kritikan komentar dari netizen yang sangat miris terhadap UIN KHAS Jember. Komentar-komentarnya pun sangat beragam, mulai dari pernyataan seperti "lepaskan saja embel-embel Islamnya, sangat tidak layak dan tak beradab" serta "untung anak saya tidak kuliah di UIN Jember." dan masih banyak komentar lainnya yang dapat mengancam reputasi lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Situasi ini berpotensi menimbulkan sebuah krisis dikarenakan adanya perspektif publik yang dapat menggiring opini negatif terhadap lembaga tersebut.

Penelitian dalam skripsi ini berfokus pada : 1. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi. 2. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik internal untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi. 3. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi media untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jawaban dari pokok masalah yang telah dirumuskan diatas sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui upaya Humas dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra positif lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. 2. Untuk mengetahui upaya humas dalam menjalankan relasi publik internal untuk menjaga citra positif lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. 3. Untuk mengetahui upaya Humas dalam menjalankan relasi media untuk menjaga citra positif lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember.

Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, sedangkan validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik.

Upaya humas dalam membangun relasi eksternal dan internal untuk menjaga citra lembaga perguruan UIN KHAS Jember. Humas Dalam proses menjalin hubungan antara humas dengan publik eksternal dan internal dengan menyelenggarakan kegiatan *Gathering*, Kajian dan Pelatihan. Sementara itu, Dalam proses menjalin hubungan antara humas dengan media, humas UIN KHAS Jember menggunakan salahsatu bentuk *media relation* yaitu konferensi pers dan *media gathering*.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41

B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Subjek Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Analisis Data.....	46
F. Keabsahan Data.....	48
G. Tahapan Penelitian .....	49
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum.....	51
B. Penyajian dan Analisis Data.....	55
C. Pembahasan dan Temuan .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran-saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>

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

**DAFTAR TABEL**

2.1 Tabel Kesamaan dan Perbedaan dari Penelitian Sebelumnya..... 17



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

## DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Struktur Organisasi .....	54
4.2 Saluran Media UIN KHAS Jember .....	72
4.3 Proses Kegiatan Humas UIN KHAS Jember .....	78
4.4 Fenomena Ancaman Krisis Melalui <i>Media Relation</i> .....	80
4.5 UIN KHAS Jember kerjasama dengan Media .....	82



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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam hal informasi. Penyebaran informasi yang begitu cepat membuat kita selalu *update* akan berita-berita yang sedang viral. Seperti yang terjadi pada perguruan tinggi UIN KHAS Jember, kampus ini menjadi sorotan publik dikarenakan munculnya isu kontroversial terkait aksi mahasiswa UIN KHAS Jember berjoget didalam masjid. Dengan ini, Humas UIN KHAS Jember harus siap tanggap dalam menangani serta mengelola isu-isu negatif yang muncul di jagat media. Humas melibatkan hubungan antara lembaga dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal.<sup>2</sup> Sehingga dalam membentuk opini positif dari publik, *media relation* menjadi bagian penting dalam suatu perusahaan atau lembaga. Dilihat dari fungsi *media relation* yang seharusnya menjadi sarana humas dalam membentuk, menjaga serta meningkatkan citra suatu perusahaan. Fakta yang terjadi di lapangan masih ditemui isu-isu negatif yang dapat mengancam citra suatu lembaga.

Kejadian ini memicu perhatian berbagai media yang dengan cepat memberitakan fenomena tak terduga tersebut. Akibatnya, setelah disiarkan dalam media, video ini menjadi viral dan mendapat kritikan komentar dari netizen yang sangat miris terhadap UIN KHAS Jember. Komentar-komentarnya pun sangat beragam, mulai dari pernyataan seperti "lepaskan saja embel-embel Islamnya, sangat tidak layak dan tak beradab" serta "untung

---

<sup>2</sup> Edy Sahputra Sitepu-*Professional Public Relations*. Medan: USU Pers, 2012.

anak saya tidak kuliah di UIN Jember.” dan masih banyak komentar lainnya yang dapat mengancam reputasi lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Situasi ini berpotensi menimbulkan sebuah krisis dikarenakan adanya perspektif publik yang dapat menggiring opini negatif terhadap lembaga tersebut.

Dengan banyaknya berita yang beredar saat ini, *media relation* pada lembaga perguruan tinggi sangat dibutuhkan guna untuk mendukung kegiatan dari publisitas yang dikelola oleh humas. Humas UIN KHAS Jember dalam menjaga citra nama baik lembaga tentu harus memperhatikan *input* dan *output* berita yang akan diterbitkan. Demi kelancaran pelaksanaan kegiatan humas pasti tidak akan jauh dari peranan media. Media massa kini menjadi bagian dari banyak orang, sehingga pada saat ini hampir semua kegiatan melibatkan media dalam kehidupan kesehariannya.

Terdapat peningkatan dalam aspek kelembagaan di lembaga pendidikan tinggi UIN KHAS Jember, yang dapat diamati dari beberapa indikator seperti akreditasi, pertumbuhan jumlah mahasiswa, serta pencapaian prestasi akademik dan non-akademik. Perguruan tinggi yang sebelumnya dikenal sebagai IAIN Jember telah mengalami transformasi menjadi UIN KHAS Jember.

Dengan bertransformasinya UIN KHAS Jember, citra dari lembaga tersebut dapat meningkat. Ditinjau dari laman web [uinkhas.ac.id](http://uinkhas.ac.id) terdapat 6.391 calon mahasiswa telah memilih UIN KHAS Jember melalui jalur UM-PTKIN, angka ini menempatkan UIN KHAS Jember diposisi unggul,

mengungguli 43 PTKIN lainnya diseluruh Indonesia.<sup>3</sup> Dengan demikian, perguruan tinggi UIN KHAS Jember menjadi salah satu kampus yang paling diminati. Adanya peningkatan terhadap suatu lembaga harus dijaga citranya agar tercipta kesan positif dari khalayak publik.

Lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember merupakan lembaga Pendidikan Tinggi Agama Islam Negeri yang ada di kota Jember. Lembaga tersebut didirikan dengan konsep dan aspirasi dari umat Islam untuk menyiapkan individu muslim yang terampil secara intelektual dan mampu menjadi pemimpin yang dapat mengawal kemajuan kualitas kehidupan masyarakat.<sup>4</sup> Kampus tersebut didirikan dengan tujuan untuk menyiapkan generasi hebat berintelektual yang dapat bermanfaat pada masyarakat.

UIN KHAS Jember adalah satu-satunya perguruan tinggi Islam Negeri yang terletak di kota Jember. Dengan beragam jurusan dan marwah dari kampus tersebut berasal dari tokoh agama, banyak masyarakat yang menganggap kampus tersebut sebagai kampusnya orang islam yang mempunyai akhlak baik dan juga agamis. UIN KHAS Jember menekankan pada nilai-nilai Islam yang bersifat ramah dan santun. Sebagian mahasiswa UIN KHAS Jember berasal dari kalangan santri, yang secara umum memiliki pemahaman spiritualitas yang mendalam. Dengan ini, mahasiswa dituntut untuk memiliki karakter dan kepribadian yang sopan dan santun.

---

<sup>3</sup> <https://uinkhas.ac.id/berita/detail/sebanyak-6391-calon-mahasiswa-memilih-uin-khas-jember-pada-jalur-seleksi-nasional-um-ptkin>.

<sup>4</sup> “Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember,” accessed December 19, 2023, <https://uinkhas.ac.id>.

Dari berbagai peningkatan yang dialami perguruan tinggi UIN KHAS Jember, ada peristiwa yang sedikit menghebohkan dunia maya. Terjadinya fenomena viral disosmed mahasiswa berjoget menyanyikan lagu “ojo dibandingke” didalam masjid.<sup>5</sup> Peristiwa tersebut sontak membuat publik heboh. Hal ini tentu menjadi tabu bagi masyarakat publik, karena lembaga perguruan tinggi yang *notabene*-nya islami, justru melakukan hal yang kurang pantas saat berada didalam masjid. Tidak hanya itu, ada juga isu yang menyebutkan percobaan bunuh diri yang dilakukan oleh salahsatu mahasiswa UIN KHAS Jember akibat tugas kuliah yang berat.<sup>6</sup> Berita seperti ini yang harus ditelusuri dengan benar adanya. Karena setiap isu negatif yang timbul dimedia akan berdampak pada kesan dan opini yang negatif juga. Sehingga hal tersebut perlu diperhatikan oleh praktisi humas dalam menjaga citra lembaga khususnya pada perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Sehingga ini menjadi perhatian humas dalam menyelesaikan masalah yang terjadi. maka, *media relation* perlu dijalankan oleh praktisi humas agar peristiwa yang kurang sesuai bisa diminimalisir. Hal ini untuk mencegah terjadinya opini negatif dari publik terhadap suatu lembaga perguruan tinggi.

*Media Relation* merupakan bagian dari implementasi hubungan masyarakat organisasi dan perusahaan dengan media.<sup>7</sup> Tujuan dasar dari kegiatan hubungan masyarakat dengan media adalah untuk menciptakan

<sup>5</sup> <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6255918/viral-mahasiswa-joget-lagu-ojo-dibandingke-di-masjid-uin-khas-jember>

<sup>6</sup> <https://deras.id/lantaran-beban-tugas-kuliah-yang-berat-mahasiswa-uin-khas-jember-nekat-mencoba-bunuh-diri/>,

<sup>7</sup> Lea Anna Cardwell, Sean Williams, and Andrew Pyle, “Corporate Public Relations Dynamics: Internal vs. External Stakeholders and the Role of the Practitioner,” *Public Relations Review* 43, no. 1 (2017)

kepercayaan publik kepada organisasi atau perusahaan melalui peristiwa terkini. Hubungan media tidak dapat dipisahkan dari tugas humas, suatu organisasi atau perusahaan harus menjalin hubungan dengan media massa, yang nantinya akan membantu humas dalam menyampaikan informasi melalui media kanal yang dimilikinya. Oleh karena itu, dalam menjalankan fungsi *Public Relation* dapat menjaga citra agar pesan yang disampaikan oleh humas tersampaikan dengan baik.

Fungsi *Public Relation* pada suatu perusahaan harus berjalan sesuai dengan perannya. Salah satu bentuk aktivitas *Public Relation* yaitu *media relation*. *Media relation* dengan segala kelebihanannya menjadi kebutuhan krusial dalam aktivitas humas. *Media relation* pada humas ini merupakan hubungan yang saling menguntungkan. Humas membutuhkan media sebagai saluran untuk menyampaikan informasi kepada khalayak publik, sedangkan media massa membutuhkan informasi yang didapat dari humas sebagai bahan beritanya. Meskipun demikian, media massa yang dilihat mempunyai *power* dalam hal informasi, bisa menjadi *boomerang* bagi humas sendiri jika terdapat isu-isu negatif yang menimpa suatu perusahaan tersebut. Hal ini dapat merusak citra nama baik perusahaan jika isu negatif tersebut sampai kepada masyarakat publik.

Dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi, perlu adanya kepercayaan yang harus dibangun oleh humas kepada publiknya. Menjaga citra lembaga dapat dicapai melalui penyampaian informasi kepada khalayak publik secara jelas, masuk akal dan dapat dipertanggungjawabkan

kebenarannya. Dengan menciptakan citra yang positif, lembaga bertujuan untuk memastikan lembaga tersebut tetap eksis untuk memberikan informasi akan kebutuhan masyarakat. Selain itu, upaya ini diarahkan agar terjalin hubungan harmonis dengan publik. Sebaliknya, jika citra lembaga kurang baik, hal ini mencerminkan ketidakpuasan yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan. Akibatnya, publik mempunyai perspektif yang negatif, yang tentunya dapat merugikan lembaga itu sendiri.<sup>8</sup>

Penanaman rasa kepercayaan terhadap khalayak publik harus selalu dijaga dengan baik, agar timbul kesan yang positif. Opini diciptakan oleh humas melalui *media relation* menjadi upaya dalam peningkatan citra baik suatu lembaga. Dalam menjaga hubungan yang baik ini, sesuai dengan firman Allah SWT, sebagai berikut :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ۝

Artinya : Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati. (QS.Al-Hujurat [49]:10).<sup>9</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh kita untuk memperbaiki hubungan antar sesama. Hal ini sesuai dengan konsep humas yang berperan untuk membina, menjalin serta menjaga hubungan baik antara organisasi dengan publik. Sehingga dengan melalui jalinan hubungan yang

<sup>8</sup> Sandyakala, Mutiara Cendekia. Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan,” *Jurnal At-Tadbir* (2020)

<sup>9</sup> <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/49?from=10&to=18>.

baik, maka akan terciptanya opini publik positif yang dapat meningkatkan citra lembaga.

Melalui media, masyarakat dapat dengan mudah mencari serta menemukan informasi melalui *gadget* yang dimilikinya.<sup>10</sup> Tak jarang jika masyarakat mempunyai sudut pandang yang berbeda-beda terhadap suatu berita. Hal ini tergantung isi berita yang dimuat dalam media. Apakah berita tersebut terdapat isu positif atau negatif. Pesan atau informasi harus disampaikan dengan kemasan yang baik, guna untuk mendapatkan *feedback* positif dari publik yang dapat meningkatkan citra pada lembaga.

Berdasarkan masalah diatas, maka pentingnya untuk menjalin hubungan antara humas dengan media massa. Hal ini bertujuan agar informasi yang kurang sesuai dapat dikelola dan diminimalisir untuk menghindari sampainya berita tersebut kepada khalayak publik. Sehingga citra pada suatu lembaga dapat terus terjaga dengan baik. Dengan ini menjadi alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Fungsi *Public Relation* Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi di UIN KHAS Jember”.

---

<sup>10</sup> Chandra Anugrah Putra, “Pemanfaatan Teknologi Gadget Sebagai Media Pembelajaran: Utilization of Gadget Technology as a Learning Media,” *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2017): 1–10.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, fokus dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi ?
2. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik internal untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi ?
3. Bagaimana Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi media untuk menjaga citra positif pada Perguruan Tinggi ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jawaban dari pokok masalah yang telah dirumuskan diatas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra positif pada perguruan tinggi.
2. Untuk mengetahui upaya Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik internal untuk menjaga citra positif pada perguruan tinggi.
3. Untuk mengetahui upaya Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi media untuk menjaga citra positif pada perguruan tinggi.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta gagasan-gagasan baru yang dapat memperluas pemahaman dalam bidang ilmu pengetahuan. Berikut adalah manfaat yang diharapkan dari penelitian ini :

## 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam bidang ilmu untuk memperluas pemahaman mengenai fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi.

## 1. Manfaat Praktis

### a) Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman lebih mendalam terkait dengan bagaimana fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi di UIN KHAS Jember.

### b) Bagi Instansi

1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi berharga dalam memperluas literatur penelitian serta melengkapi sumber referensi penelitian kepustakaan di UIN KHAS Jember terkhusus pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada topik Humas atau *Public Relation*.

2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai evaluasi dan masukan bagi Humas UIN KHAS Jember sehingga instansi tersebut dapat menjadi lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi di UIN KHAS Jember.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah merujuk pada penjelasan mengenai makna istilah-istilah kunci yang menjadi fokus penelitian dalam judul penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mencegah adanya kesalahpahaman pembaca terhadap makna yang dimaksud oleh peneliti.

### 1. Fungsi

Fungsi merujuk pada sekelompok aktivitas yang memiliki kesamaan dalam sifatnya, pelaksanaan, atau pertimbangan lainnya. Definisi ini sejalan dengan pandangan Sutarto yang dikutip oleh Nining Haslinda Zainal, yang menyatakan bahwa fungsi merupakan rincian tugas sejenis atau erat kaitannya satu sama lain, yang ditugaskan kepada seorang pegawai berdasarkan sekelompok aktivitas serupa menurut sifat atau pelaksanaannya.<sup>11</sup>

Jadi fungsi yang dimaksud oleh peneliti yaitu peranan atau tugas yang dimiliki oleh suatu objek, sistem atau suatu konteks tertentu yang dapat dijelaskan dan dianalisis melalui sebuah penelitian. Fungsi sering kali berkaitan dengan cara suatu hal yang memberikan kontribusi, atau mencapai tujuan tertentu.

<sup>11</sup> Astrella Janice, "Studi Tentang Pelaksanaan Tugas Dan Fungsi Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa (Bpmd) Dalam Pembangunan Desa Di Desa Tanjung Lapangan Kecamatan Malinau Barat Kabupaten Malinau," *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(3), 2015.

## 2. *Public Relation*

*Public Relation* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>12</sup>

Humas adalah sebuah rangkaian dari beberapa komunikasi, dimana komunikasi tersebut sudah mempunyai rencana tujuan, baik tujuan yang sifatnya untuk organisasi sendiri atau dari masyarakat umum yang dilandasi dengan adanya dua belah pihak yang saling pengertian dengan maksud untuk mencapai berbagai tujuan khusus. Maka dengan adanya sikap saling pengertian antara kedua belah pihak akan tercapainya arah tujuan yang sudah direncanakan.

## 3. Citra

Kata citra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata dasar citra yang artinya rupa atau gambar. Citra merupakan gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.<sup>13</sup> Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap juga akan menghasilkan citra yang tidak sempurna.<sup>14</sup>

Citra dalam penelitian ini yaitu citra sebuah lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Citra merupakan aset berharga bagi setiap

<sup>12</sup> Edy Sahputra Sitepu-*Professional Public Relations*. Medan: USU Pers, 2012.

<sup>13</sup> “Arti Kata Citra - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed December 9, 2023, <https://kbbi.web.id/citra>.

<sup>14</sup> T. Oktavianingsis, “Peran Humas Lembaga Negara Dalam Menjaga Reputasi Organisasi,” *Jakarta. Universitas Indonesia*, 2012.

lembaga, karena mencerminkan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut.

#### 4. Lembaga Perguruan Tinggi

Perguruan Tinggi adalah lembaga ilmiah yang mempunyai tugas menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran diatas perguruan tingkat menengah atas dan yang memberikan pendidikan dan pengajaran berdasarkan kebudayaan kebangsaan Indonesia dan dengan cara ilmiah.<sup>15</sup>

Perguruan tinggi yang dimaksud peneliti adalah lembaga pendidikan tingkat tinggi yang menyelenggarakan berbagai program, termasuk program diploma, sarjana, magister, doktor dan profesi, serta program spesialis. Perguruan tinggi memberikan pendidikan di tingkat lebih lanjut setelah pendidikan menengah dan diatur berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka yang dimaksud peneliti tentang judul Fungsi *Public Relation* Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi di UIN KHAS Jember adalah peran humas dalam menjaga nama baik lembaga UIN KHAS Jember melalui *media relation* dengan tujuan untuk menciptakan opini atau kesan yang positif dari publik.

#### F. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan proposal skripsi lebih terstruktur, sistematika pembahasannya perlu dibagi menjadi 5 bab dengan rincian sebagai berikut :

---

<sup>15</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1961 Tentang Perguruan Tinggi,

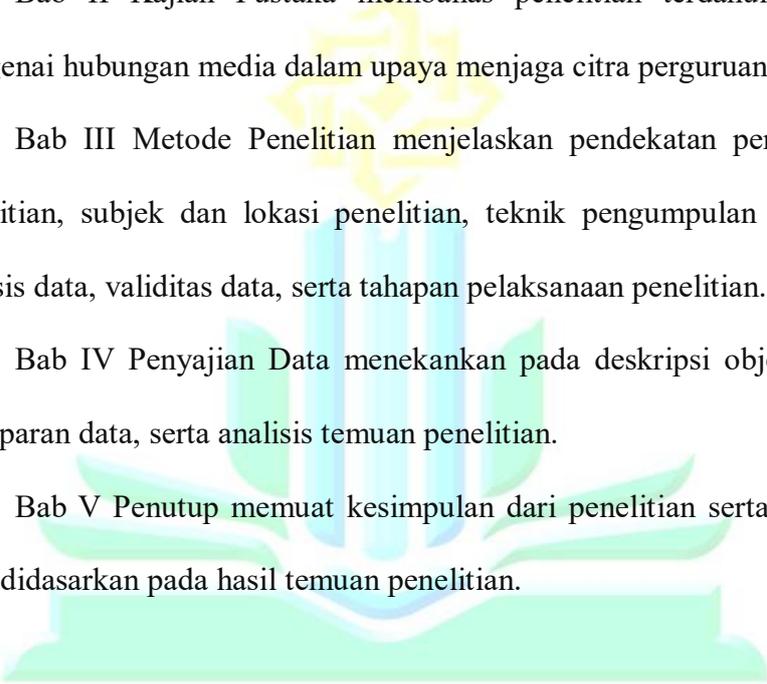
Bab I Pendahuluan mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan serta manfaat penelitian, definisi istilah yang digunakan, dan susunan pembahasan dalam penelitian.

Bab II Kajian Pustaka membahas penelitian terdahulu serta teori mengenai hubungan media dalam upaya menjaga citra perguruan tinggi.

Bab III Metode Penelitian menjelaskan pendekatan penelitian, jenis penelitian, subjek dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, validitas data, serta tahapan pelaksanaan penelitian.

Bab IV Penyajian Data menekankan pada deskripsi objek penelitian, pemaparan data, serta analisis temuan penelitian.

Bab V Penutup memuat kesimpulan dari penelitian serta rekomendasi yang didasarkan pada hasil temuan penelitian.



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

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian ini dilaksanakan oleh Syarifah Hanum Harahap, seorang mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul “Analisis Pelaksanaan Fungsi Media Relations Pada Kegiatan Acara Ulang Tahun Kota Medan 2018”.<sup>16</sup> Penelitian yang dilakukan menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan didasarkan atas fenomena beragamnya cara yang dipergunakan sebagai pelaksanaan dari fungsi *media relations* dalam menjabarkan segala kebijakan atau program-program pemerintah yang dicanangkan Walikota. Hasil dari penelitian tersebut yaitu Fungsi Pelaksanaan *Media Relations* sudah cukup baik. Adapun strategi yang dilakukan ialah dengan adanya *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan) dan *Controlling* (Pengawasan).

Kedua. Penelitian yang dilakukan oleh Komarudin mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Peran *Media Relation* Dalam Meningkatkan Citra PT. Mizan Publika”.<sup>17</sup> Penelitian yang dilakukan menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan didasarkan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan menerbitkan buku-buku yang berkualitas melalui unit penerbit. Hal ini

---

<sup>16</sup> “Syarifah Hanum Harahap. Analisis Pelaksanaan Fungsi Media Relations Pada Kegiatan Acara Ulang Tahun Kota Medan” (Skripsi, UMSU, 2018)

<sup>17</sup> Komarudin. "Peran *Media Relation* Dalam Meningkatkan Citra PT. Mizan Publika." skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.

dilakukan sebagai upaya meningkatkan citra nama baik konsumen untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen agar PT. Mizan tetap menjadi penerbit buku yang berkualitas dan bertanggungjawab atas bukunya. Hasil dari penelitian ini yaitu peran *media relation* dalam meningkatkan citra PT. mizan yaitu dengan mencari dukungan media dan *product publicity* sebagai sarana dalam publikasi produk dari PT. Mizan. *Media relation* PT. Mizan juga berupaya untuk menjaga citra melalui produk yang menjadi *bestseller* yang mempunyai nilai tinggi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz mahasiswa Progam Studi Ilmu Komunikasi UIN Alaudin Makasar dengan judul “Strategi *Media Relations* Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik”.<sup>18</sup> Penelitian yang dilakukan menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini didasari dari adanya Peran Humas pemerintah kabupaten luwu timur selama ini masih kalah kelas jika dibandingkan dengan Humas organisasi bisnis atau kalangan dunia usaha lainnya. Hasil dari penelitian ini yaitu Pentingnya sarana informasi sebagai alat untuk menjaga hubungan dengan publik juga berkaitan dengan peningkatan kepercayaan publik. Kepercayaan terhadap Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dapat terbentuk melalui penyebaran informasi melalui media. Informasi ini dianggap sebagai parameter untuk mendapatkan penilaian positif dan apresiasi dari lingkungan sekitar.

---

<sup>18</sup> Azis, Abd. Strategi *Media Relation* Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai Sarana Informasi Publik. *Undergraduate (S1) thesis*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (2018)

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Itce Susilawati Barus mahasiswa Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area dengan judul “Strategi *Media Relation* Humas Dalam Meningkatkan Citra Hotel Polonia”.<sup>19</sup> Penelitian yang dilakukan menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini didasari dari informasi yang disampaikan melalui media, dimana berita yang dimuat dalam media akan berpengaruh pada sudut pandang masyarakat. Berita yang bersifat negatif dapat berdampak buruk terhadap citra perusahaan atau organisasi, sedangkan berita yang positif akan membawa dampak baik terhadap citra perusahaan atau organisasi.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh Ine Cahya Damayanti<sup>1</sup>, Dewi K. Soedarsono<sup>2</sup> mahasiswa dari Universitas Telkom dengan judul “Efektivitas Fungsi *Media Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT. Telkomsel Regional Jawa Barat”.<sup>20</sup> Penelitian ini dilakukan karena *Public relations* di PT. Telkomsel memiliki tanggung jawab untuk mendapatkan dukungan dan pandangan positif dari publik luar perusahaan melalui fungsi *media relation*. Tujuan utamanya adalah membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan publik melalui media massa. Oleh karena itu, peran humas menjadi krusial dalam berkolaborasi dengan media massa untuk mendukung berbagai program perusahaan PT. Telkomsel. Kerjasama yang baik dengan media massa di lingkungan eksternal perusahaan ini diharapkan

---

<sup>19</sup> Barus, I. S.. Strategi *Media Relation* Humas Dalam Meningkatkan Hotel Polonia Medan (*Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area), (2018)

<sup>20</sup> Ine Cahya Damayanti and Dewi K Soedarsono, “Efektivitas Fungsi *Media Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Pt Telkomsel Regional Jawa Barat,” 2011.

dapat memberikan dukungan positif kepada berbagai program yang dijalankan oleh PT. Telkomsel.

Agar lebih mudah memahami kelima penelitian di atas, berikut penulis sajikan rincian kesamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti :

**Table 2.1**

**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Syarifah Hanum Harahap	Analisis Pelaksanaan Fungsi <i>Media Relations</i> Pada Kegiatan Acara Ulang Tahun Kota Medan 2018	Fokus pembahasan mengenai fungsi <i>media relation</i> . Metode penelitian yang dilakukan juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Penelitian tersebut meneliti fungsi <i>media relation</i> pada kegiatan ulang tahun kota medan. Sedangkan penelitian saya, meneliti fungsi <i>media relation</i> untuk menjaga citra lembaga.
2	Komarudin	Peran <i>Media Relation</i> Dalam Meningkatkan Citra PT. Mizan Publika	Fokus pembahasan mengenai <i>media relation</i> . Metode penelitian yang dilakukan juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Judul tersebut menganalisis peran <i>media relation</i> dalam meningkatkan citra. Sedangkan judul saya fokus pada fungsi <i>media relation</i> dalam menjaga citra.
3	Abdul Aziz	Strategi <i>Media Relation</i> Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik	Fokus pembahasan mengenai <i>media relation</i> . Metode penelitian yang dilakukan juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Judul tersebut fokus pada strategi <i>media relation</i> sebagai sarana informasi. Sedangkan judul saya fokus pada fungsi <i>media relation</i> dalam menjaga citra

				lembaga.
4	Itce Susilawati Barus	Strategi <i>Media Relation</i> Dalam Meningkatkan Citra Hotel Polonia	Fokus pembahasan mengenai <i>media relation</i> . Metode penelitian yang dilakukan juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Judul tersebut fokus pada strategi <i>media relation</i> untuk meningkatkan citra hotel. Sedangkan judul saya fokus fungsi <i>media relation</i> dalam menjaga citra lembaga.
5	Ine Cahya Damayanti <sup>1</sup> , Dewi K. Soedarsono <sup>2</sup>	Efektivitas Fungsi <i>Media Relation</i> Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT. Telkomsel Regional Jawa Barat	Fokus pembahasan mengenai fungsi <i>media relation</i> . Metode penelitian yang dilakukan juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Judul penelitian tersebut fokus pada fungsi <i>media relation</i> dalam meningkatkan citra di PT. Telkomsel. Sedangkan judul peneliti fokus pada fungsi <i>media relation</i> dalam menjaga citra pada perguruan tinggi UIN KHAS Jember.

Berdasarkan uraian tabel di atas, penelitian terdahulu terfokus pada *media relation* dalam meningkatkan citra suatu lembaga, sedangkan penelitian ini berupaya untuk menjaga citra pada suatu lembaga dengan menggunakan jenis penelitian studi kasus pendekatan kualitatif.

## B. Kajian Teori

Pada bagian ini, peneliti akan mengkaji teori-teori dari para ahli yang berhubungan dengan konsep yang relevan dengan judul skripsi yang sedang diteliti. Penjelasan ini bertujuan untuk menjadi dasar pemikiran dan diskusi,

sehingga bentuk serta karakteristiknya memiliki landasan pemahaman yang solid dan dapat dipertanggungjawabkan.<sup>21</sup>

### 1. Fungsi *Public Relation*

Dikutip dari buku Juwito, *International Public Relations Association* (IPRA) menjelaskan bahwa *Public Relation* adalah fungsi manajemen yang melibatkan perencanaan dan implementasi sikap yang berkelanjutan oleh berbagai organisasi, lembaga publik dan entitas swasta. Tujuannya adalah untuk membangun dan memelihara saling pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak-pihak yang terlibat atau diduga akan terlibat dengan mengevaluasi opini publik mereka. Fungsi ini bertujuan untuk menghubungkan kebijakan dan praktik manajemen, dengan harapan mencapai kerja sama yang lebih produktif dan memenuhi kepentingan bersama secara efisien. Semua ini dilakukan melalui kegiatan penerangan yang direncanakan dan disebarluaskan secara luas.<sup>22</sup> Dalam masyarakat dengan komunikasi massa yang dominan seperti saat ini, media massa berfungsi sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, aktivitas humas sering memanfaatkan media massa sebagai sarana untuk menjalankan komunikasi dengan publiknya. Dalam konteks ini, media berperan penting dalam mengembangkan hubungan kerjasama yang efektif.

---

<sup>21</sup> Yana Sari And Anuar Rasyid, "Efektivitas *Media Relations* Pt Riau Andalan Pulp And Paper Dalam Menjalani Hubungan Baik Dengan Media Di Provinsi Riau," *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 5, no. 2 (n.d.): 1–13.

<sup>22</sup> Juwito, *Public Relations*, UPN PRESS, 2008

Media massa memainkan peran krusial dalam kegiatan dan program humas. Hal ini karena media massa tidak hanya memiliki kemampuan untuk menjangkau *audiens* yang luas, tetapi juga menjalankan empat fungsi utama, diantaranya yaitu:<sup>23</sup>

a. Fungsi Informasi (*To Inform*)

Media berfungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan terkait berbagai peristiwa, gagasan, atau pemikiran orang lain yang bersifat aktual, berdasarkan gambar, data, fakta dan opini yang memberikan pemahaman atau wawasan baru mengenai suatu hal.

b. Fungsi Mendidik (*To Educate*)

Fungsi mendidik ini artinya sebuah penyampaian dengan maksud untuk memberikan pengetahuan dalam bentuk artikel atau cerita yang mempunyai fungsi untuk mendidik. Sehingga dengan adanya fungsi tersebut dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan guna untuk menghadapi segala permasalahan yang dialami oleh publik.

c. Fungsi Menghibur (*To Entertain*)

Media berfungsi sebagai hiburan. Media disini dapat memberikan tayangan-tayangan yang sifatnya menghibur penonton, biasanya hiburan tersebut berupa sinetron, film, musik serta hiburan yang lainnya. Dengan ini publik akan terhibur dari adanya tontonan yang disajikan.

---

<sup>23</sup> Denis McQuail, "Teori Komunikasi Massa McQuail," n.d., 416.

d. Fungsi Mempengaruhi (*to influence*)

Media juga berfungsi untuk memengaruhi khalayak, baik dalam hal pendapat, pemikiran, maupun perilaku. Inilah aspek penting di mana media dapat menjadi panduan bagi masyarakat untuk bersuara atau berpendapat, serta memungkinkan masyarakat untuk melakukan pengawasan sosial secara bebas.

Menjalin hubungan dengan media merupakan bagian tak terpisahkan dari tanggung jawab humas dalam sebuah organisasi. Menurut Jefkins dalam penjelasan Diah Wardani, hubungan dengan media melibatkan upaya mencari sarana penyiaran yang optimal atau informasi tertentu dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada *audiens* terkait dengan organisasi tersebut.<sup>24</sup> Ini menunjukkan bahwa menjalin hubungan dengan media merupakan peran penting dari praktisi humas dalam suatu perusahaan.<sup>25</sup>

Media massa memiliki peran penting bagi perusahaan, sebagaimana yang dinyatakan oleh Johnson sebagai berikut :<sup>26</sup>

- a. Fungsi *media relation* dapat meningkatkan citra perusahaan.
- b. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c. Meningkatkan (*point of selling*) daya tarik produk dan layanan di pasar.

<sup>24</sup> Diah Wardhani, “*Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*,” Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

<sup>25</sup> Mutia Dewi, “*Media Relations 2.0*,” *Jurnal Komunikasi* 7, no. 1 (2012): 17–28.

<sup>26</sup> Wahidin Saputra, *Public Relations 2.0, Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber 2010*, 2011.

- d. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- e. Meningkatkan hubungan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan lain, organisasi masyarakat dan individu.

Dari beberapa fungsi diatas yang menjelaskan dan menempatkan *media relation* sebagai bagian dari aktifitas humas. John Vivian memberikan perhatian khusus pada posisi *media relation*, bahwa humas memiliki tiga tanggung jawab fungsional yang berkaitan dengan fungsi *media relation* sebagai berikut :

a. Relasi Eksternal

Komunikasi yang dijalin dengan kelompok orang-orang diluar perusahaan, konsumen, deler, *supplier*, tokoh masyarakat dan orang-orang pemerintah.

b. Relasi Internal

Komunikasi yang dikembangkan untuk menjaga hubungan antara karyawan, manajer, serikat pekerja, pemegang saham dan kelompok internal lainnya.

c. Relasi Media

Relasi media adalah suatu komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan media massa.<sup>27</sup> Komunikasi antara perusahaan dengan media massa merupakan proses yang kompleks yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan

---

<sup>27</sup> John Vivian;, *The media of mass communication*, 2013,

dan dapat memengaruhi persepsi publik terhadap informasi yang diterbitkan.

Dengan mengelola tiga tanggung jawab fungsional ini dengan baik, praktisi humas dapat memastikan bahwa organisasi memiliki hubungan yang baik dengan media massa guna untuk mendapatkan cakupan media yang seimbang dan positif. Sehingga akan menghasilkan berita atau informasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan kepada publik melalui media. Praktik ini sangat krusial untuk dijalankan oleh praktisi media guna mendapatkan berita dari organisasi dan dalam waktu yang sama harus dikelola dengan baik oleh praktisi humas yang terampil, berpengetahuan dan profesional. Oleh karena itu, praktisi humas perlu membangun hubungan komunikasi yang efektif dengan media massa agar para *stakeholder* atau masyarakat dapat memperoleh informasi yang komprehensif tentang organisasi tersebut.<sup>28</sup>

## 2. Ruang Lingkup Relasi Eksternal, Internal dan Media

Ruang lingkup berdasarkan fungsinya diklasifikasikan sesuai dengan jenis organisasi. Secara umum, ruang lingkup *public relation* mencakup hubungan dengan pihak internal, seperti hubungan dengan karyawan (*employee relations*) dan hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*). Sementara itu, hubungan dengan pihak eksternal

---

<sup>28</sup> Mohd Yahya Mohamed Ariffin et al., "The Importance of Media Relations Resources in Malaysia," *The Social Sciences*, 2016.

meliputi hubungan dengan pelanggan (*customers*), masyarakat sekitar (*community*), instansi pemerintah (*government*) dan pers (*press*).<sup>29</sup>

Menurut Cutlip dan Center, karyawan adalah elemen kunci dalam sebuah organisasi. Sebelum berkomunikasi dengan konsumen, pelanggan, lingkungan, dan pihak eksternal lainnya, penting untuk memahami hubungan internal. Hubungan internal merupakan aspek khusus dalam humas yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang baik serta saling menguntungkan antara manajer dan karyawan, yang merupakan faktor penentu keberhasilan organisasi.<sup>30</sup>

#### a. Relasi Eksternal

Relasi Eksternal adalah suatu jalinan individu atau kelompok yang berada di luar perusahaan atau organisasi, tetapi memiliki hubungan dengan lembaga atau perusahaan tersebut. Banyak publik

yang kegiatannya mirip dengan kegiatan organisasi atau perusahaan, sebagaimana dijelaskan oleh Effendi.<sup>31</sup>

Kegiatan humas eksternal meliputi pelaksanaan komunikasi yang tepat, baik secara persuasif maupun informatif, yang ditujukan kepada publik di luar perusahaan. Komunikasi ini harus dilaksanakan secara timbal balik, jujur, transparan, dan berdasarkan fakta. Tugas

---

<sup>29</sup> Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Pustaka Utama Grafiti, 2003).

<sup>30</sup> Inga Pure, "Public Relations as Management Function at Universities," *Regioninès Studijos*, no. 5 (2010): 109–19.

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendi and Tjun Surjaman, *Dinamika Komunikasi* (Remadja Karya, 1986).

utama humas eksternal adalah menyelenggarakan komunikasi dua arah yang bersifat edukatif, persuasif dan informatif.

Menurut Kasali, konsep komunikasi dua arah ini adalah salah satu faktor yang membedakan kegiatan humas eksternal dari kegiatan lainnya. Melalui konsep ini, humas eksternal tidak hanya bertugas mengumpulkan informasi tentang publik, tetapi juga bertujuan membentuk citra dan mengembangkannya ke arah yang lebih baik sebagai tujuan utama humas eksternal.<sup>32</sup>

Adapun Hubungan publik eksternal dalam humas sebagai berikut :

#### 1) Hubungan Dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

Humas melakukan publisitas baik itu melakukan promosi atau periklanan melalui komunikasi yang baik untuk menarik pelanggan yang tetap dan memandang suatu lembaga yang baik pula.

Komunikasi antara perusahaan dan pelanggan memiliki peran yang sangat penting karena dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Tujuan dari komunikasi ini meliputi:

- a) Mengidentifikasi tanggapan konsumen terhadap kualitas layanan
- b) Memahami harapan konsumen atau pengguna jasa terkait produk dan layanan

---

<sup>32</sup> Kasali, *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. (Pustaka Utama Grafiti, 2003).

- c) Menyampaikan informasi mengenai produk baru
- d) Menginformasikan perubahan tarif
- e) Meningkatkan jumlah pelanggan dan pemberitahuan terkait layanan
- f) Menerima kritik dan saran dari pelanggan.<sup>33</sup>

Humas biasanya menjalin hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif, membangun kepercayaan dan menciptakan citra positif perusahaan. Humas juga akan mendengarkan kebutuhan pelanggan, memberikan informasi yang relevan, serta menjaga dialog yang terbuka dan responsif terhadap masukan atau keluhan.

## 2) Hubungan Dengan Khalayak Sekitar (*Community Relations*)

Humas harus mampu membangun dan menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat sekitarnya. Hal ini akan menjadi masalah jika masyarakat tidak mengetahui nilai-nilai positif yang dimiliki perusahaan, yang seharusnya dipahami oleh publik. Oleh karena itu, hubungan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta dukungan yang positif dan untuk menunjukkan bahwa organisasi dan karyawannya tidak menjauhkan diri dari lingkungan masyarakat.

Dalam proses komunikasi antara perusahaan dan masyarakat, terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan, antara lain:

---

<sup>33</sup> Arni Muhammad, "Komunikasi Organisasi," 2004.

- a) Mengadakan kunjungan sosial
- b) Mengundang masyarakat untuk menghadiri acara tertentu
- c) Berpartisipasi atau memberikan bantuan dalam kegiatan masyarakat
- d) Menyelenggarakan pasar murah untuk masyarakat sekitar
- e) Menyelenggarakan pameran
- f) Menyelenggarakan acara kesenian atau panggung terbuka
- g) Memberikan sponsorship

Selain itu, dikutip dari bukunya Minan Jauhari dengan judul *Cyber Public Relations* dijelaskan bahwa tindakan humas dalam kegiatan eksternal meliputi analisis dan evaluasi terhadap *respons* serta tanggapan publik terhadap regulasi dan kebijakan yang diterapkan oleh pimpinan organisasi atau perusahaan. Humas juga memberikan masukan dan saran kepada pimpinan, terutama terkait dengan kegiatan yang menjadi perhatian atau mendapatkan kritik dari publik. Selain itu, humas bertanggung jawab untuk menyediakan informasi dan penjelasan yang jujur dan objektif mengenai aktivitas serta perkembangan perusahaan kepada masyarakat, serta melakukan penelitian mengenai kebutuhan, kepentingan dan preferensi publik terhadap produk atau layanan yang disediakan oleh lembaga atau perusahaan.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Minan Jauhari, S.Sos.I., M.Si, *Cyber Public Relations Jilid 2*, Cetakan I (LP3DI Press, 2021).

### 3) Hubungan Dengan Pemerintah (*Government Relations*)

Perolehan informasi aktual dari berbagai instansi dan sebaliknya menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pihak terkait. Adapun penelitian ini, sangat memelihara hubungan dengan pihak pemerintah karena mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi- instansi yang memiliki kebutuhan data yang dan informasi yang sama (pemerintah daerah/ Provinsi/ Kabupaten/ Kota) dan lembaga lainnya.

Dalam upaya membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pemerintah, diperlukan komunikasi eksternal yang efektif diantara kedua pihak. Untuk berkomunikasi dengan pemerintah, perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek,

seperti:

- a) Pengurusan izin atau lisensi usaha
- b) Pembayaran pajak
- c) Permohonan bantuan administrasi
- d) Permohonan dukungan legalitas

Hubungan eksternal dalam humas bertujuan untuk membangun reputasi yang positif, memperkuat jaringan kerjasama dan memastikan keberlanjutan operasional perusahaan melalui dukungan dari berbagai pemangku kepentingan.

## b. Relasi Internal

Relasi Internal merupakan bagian vital dari proses komunikasi dalam organisasi. Hubungan yang harmonis di dalam organisasi sangat mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi. Hubungan internal melibatkan anggota organisasi itu sendiri, yang merupakan sumber daya terbesar organisasi. Publik internal ini terdiri dari berbagai elemen yang berpengaruh langsung terhadap keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, dewan direksi, pemegang saham dan lainnya.<sup>35</sup>

Adapun hubungan internal dalam humas meliputi beberapa aspek penting, antara lain:

### a) Hubungan Dengan Karyawan (*Employee Relations*)

Orang yang bekerja di lembaga atau organisasi (pegawai atau karyawan). Menurut Frank Jefkins hubungan baik antara pihak internal dan pihak eksternal terhadap lembaga sama pentingnya, karena keduanya saling berkaitan untuk mencapai tujuan organisasi antara satu sama lain.<sup>36</sup>

### b) Hubungan Dengan Pemegang Saham (*Stakeholder Relations*)

Dalam usaha membina dan memajukan suatu organisasi atau lembaga, dibutuhkan modal untuk segala pelaksanaan kegiatan atau program- program yang telah dibuat. Adapun komunikasi yang dilakukan oleh humas terhadap pemegang

<sup>35</sup> Rosady Ruslan, "Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi," 2012.

<sup>36</sup> Frank Jefkins, "Public Relations Edisi Keempat," Jakarta: Erlangga, 1992.

saham dalam membina hubungan baik dapat dilakukan dengan cara memberikan ucapan selamat, memberikan laporan rutin, mengadakan pertemuan dan barter majalah organisasi.

Komunikasi internal menjadi sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi. Komunikasi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia (SDM) dalam organisasi dan terjadi karena adanya struktur organisasi yang memungkinkan interaksi antara karyawan dengan karyawan, karyawan dengan atasan, serta atasan dengan atasan. Dalam praktiknya, terjadi pertukaran informasi di antara para pelaku komunikasi. Efektivitas komunikasi ini ditentukan oleh frekuensi dan intensitas hubungan yang dilakukan, serta kredibilitas para pelakunya, yang menyebabkan potensi adanya konflik atau ketidaksesuaian dalam organisasi.

Hubungan internal adalah interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi. Proses komunikasi ini dianggap lebih penting daripada komunikasi eksternal karena organisasi harus berfungsi secara efektif untuk mencapai tujuannya dan menjaga kelangsungan hidupnya. Pada dasarnya, hubungan internal bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan dengan semua publik yang ada di dalam organisasi.

#### 1) Bentuk kegiatan Relasi Internal

Menurut Ruslan, kegiatan *public relations* internal dapat dilaksanakan dalam beberapa bentuk untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi:<sup>37</sup>

a) Program Pendidikan dan Pelatihan

Program ini dilaksanakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan yang diberikan.

b) Program Motivasi Kerja Berprestasi

Dikenal sebagai *Achievement Motivation Training* (AMT), program ini bertujuan untuk menghubungkan motivasi dan prestasi kerja karyawan dengan harapan perusahaan dalam mencapai produktivitas tinggi.

c) Program Penghargaan

Program ini merupakan upaya perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi atau yang telah lama mengabdikan. Penghargaan ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas dan rasa memiliki terhadap perusahaan.

d) Program Acara Khusus

Program ini dirancang diluar kegiatan sehari-hari, seperti perayaan ulang tahun perusahaan, kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, hingga piknik bersama.

---

<sup>37</sup> Ruslan, "Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi." 2012.

Tujuannya adalah untuk menumbuhkan rasa keakraban antara karyawan dan pimpinan.

e) *Gathering*

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan waktu *refreshing* bersama dalam satu lokasi, baik *indoor* maupun *outdoor*, guna mempererat kekerabatan dan silaturahmi. Terdapat berbagai jenis *gathering*, seperti *Family Gathering* untuk karyawan beserta keluarganya, *Employee Gathering* untuk karyawan saja dan *Customer Gathering* untuk mengapresiasi rekanan (vendor) perusahaan.

Menurut Brennan dalam Effendy, komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dalam lingkungan organisasi berupa pertukaran gagasan diantara para administrator dan pegawai untuk mewujudkan organisasi tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas. Pertukaran gagasan ini terjadi baik secara horizontal maupun vertikal dalam organisasi, yang memungkinkan pekerjaan berlangsung dengan lancar.<sup>38</sup>

2) Bentuk Komunikasi Internal

Komunikasi internal timbal balik yang dilaksanakan oleh Humas dapat dilakukan melalui beberapa jalur, yaitu :

a) Komunikasi Arus Bawah (*Downward Communication*)

---

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Emaja Ptremaja Rosdakkar Rosdakarya, 2009).

Komunikasi ini berlangsung dari pihak atasan kepada karyawan. Seperti adanya intruksi atau informasi dari atasan untuk memberikan tugas kepada karyawan sesuai dengan intruksi yang diberikan. Dalam pelaksanaan komunikasi ini biasanya Media digunakan dalam bentuk komunikasi lisan (perintah dan intruksi) dan tulisan (nota dinas, peraturan, surat edaran dan lain-lain).

b) Komunikasi Arus Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ini terjadi antara pihak karyawan kepada atasan. Seperti adanya pelaporan terhadap hasil pekerjaan serta sumbang saran dari pihak karyawan kepada atasan. Media komunikasi baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (laporan dan informasi) mengenai pelaksanaan tugas.

c) Komunikasi Sejajar (*Sideways Communication*)

Komunikasi ini berlangsung antar sesama karyawan yang berkerja di satu perusahaan yang sama. Seperti adanya informasi mengenai pekerjaannya, baik dari segi tata kelola dan tentang kegiatan yang mendukung kinerja dari karyawan itu sendiri. Biasanya komunikasi yang dipakai sebagai media komunikasi adalah berupa pemberitahuan, pengumuman,

sampai kepada penggunaan media humas, yaitu seperti buletin, majalah internal dan *news letter*.<sup>39</sup>

Hubungan internal humas berfungsi untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif, yang pada gilirannya membantu organisasi mencapai tujuannya secara efektif.

### c. Relasi Media

Kegiatan ini mencakup hubungan dalam publisitas informasi, kebijakan, kegiatan atau program-program dengan ketentuan dan pernyataan resmi dari media massa. Adapun kegiatan yang berhubungan dengan media seperti pertemuan pers, membina hubungan komunikasi dua arah yang berimbang dengan wartawan dan redaksi media massa.<sup>40</sup>

Menjalin hubungan dengan media menjadi krusial karena media memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara luas, sehingga pesan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.<sup>41</sup>

Kerjasama antara humas dan media didasarkan pada kepercayaan dan sikap saling terbuka. Hal ini sesuai dengan Prinsip *media relation* yang menekankan bahwa hubungan yang baik dengan media hanya dapat terwujud jika dilandasi oleh keterbukaan,

<sup>39</sup> Ruslan, "Manajemen Public Realties & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi." 2012

<sup>40</sup> Onong Uchjana Effendy, *ILMU KOMUNIKASI Teori Dan Praktek*. 2007

<sup>41</sup> Diah Wardhani, "Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi," *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 2008.

kejujuran, kerjasama yang efektif, serta saling menghormati profesi masing-masing.<sup>42</sup>

Nurdin mengemukakan bahwa “Apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan media. Tujuan hubungan media tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi sebuah lembaga yang bersangkutan. Semakin baik hubungan media yang kita lakukan, semakin baik pula citra lembaga atau perusahaan kita. Begitu pula sebaliknya”.<sup>43</sup> Melaksanakan fungsi humas melalui pemanfaatan *media relation* sebagai strategi merupakan keputusan yang tepat karena kemajuan atau kemunduran suatu perusahaan sangat tergantung pada sejauh mana hubungan yang harmonis antara media massa dengan perusahaan dapat terjaga.

#### 1) Tujuan *Media Relation*

Secara mendasar, usaha untuk membangun *media relation* bertujuan untuk :<sup>44</sup>

- a) Menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. Adanya hubungan baik dengan media, diharapkan dapat membantu dalam menginformasikan berita yang wajar, berimbang dan menguntungkan perusahaan atau organisasi yang terkait.

<sup>42</sup> Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi, Dan Aplikasi* (Andi, 2012).

<sup>43</sup> Nurudin Nurudin, *Hubungan Media Konsep Dan Aplikasi* (Rajagrafindo Persada, 2008).

<sup>44</sup> Dasrun Hidayat, “*Media Public Relations*,” Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- b) Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi seluas mungkin tentang kegiatan serta kebijakan yang diambil perusahaan yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- c) Hadirnya hubungan media yang baik akan melahirkan umpan balik dan respon dari publik sebagai data rujukan atau landasan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan organisasi atau perusahaan.
- d) Tujuan hubungan dengan media untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melahirkan hubungan yang baik secara berkesinambungan antara perusahaan dan pers.

Media memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik, sehingga keterbukaan humas terhadap media harus bersifat

transparan, yaitu memberikan informasi secara lengkap tanpa manipulasi. Keterbukaan ini akan meningkatkan kepercayaan dan penghargaan terhadap peran, fungsi, dan tanggung jawab humas, karena informasi yang disampaikan harus didasarkan pada fakta.

Semakin baik tingkat keterbukaan dan kualitas informasi yang disampaikan oleh humas, semakin positif pula penilaian wartawan terhadap perusahaan, terutama terkait transparansi informasi.

## 2) Manfaat *Media Relation*

*Media relation* menjadi program aktivitas humas yang dijalankan dengan tujuan menjaga hubungan baik dengan media

massa. Diharapkan, *media relation* ini membawa manfaat yang dapat dirasakan oleh kedua belah pihak. Adapun manfaat *media relation* menurut Diah Wardani sebagai berikut:

- a) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab antara organisasi dan media massa.
- b) Membangun kepercayaan timbal balik yang didasarkan pada prinsip saling menghormati, menghargai, kejujuran dan kepercayaan.
- c) Menyampaikan atau mempublikasikan informasi yang akurat, jujur dan bermanfaat bagi publik.<sup>45</sup>

Dengan melalui *media relation*, perusahaan atau lembaga dapat memperoleh liputan media yang positif, sehingga secara tidak langsung dapat membangun kepercayaan atau *trust* publik terhadap perusahaan.

Bagi praktisi humas, membangun hubungan dengan media merupakan suatu keharusan, seperti yang diungkapkan oleh Jerry Dalton Jr, seorang manajer komunikasi perusahaan di Aircraft Company. Jerry menyatakan bahwa peran praktisi humas sangat krusial dalam menjalin hubungan dengan media. Dengan kata lain, membangun hubungan media menjadi sangat penting untuk mendukung kesuksesan kegiatan humas.<sup>46</sup>

### 3) Bentuk kegiatan *Media Relation*

<sup>45</sup> Wardhani, "Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi," 2008.

<sup>46</sup> Nurudin, *Hubungan Media Konsep Dan Aplikasi*. (Rajagrafindo Persada, 2008).

Adapun bentuk dari *media relation* dalam upaya membina hubungan antara humas dengan media antara lain :

- a) Konferensi pers, temu pers, atau jumpa pers merupakan kegiatan dimana seorang pejabat dari pemerintah atau swasta memberikan informasi secara simultan kepada sekelompok wartawan.
- b) *Press Briefing* adalah kegiatan yang secara teratur diadakan oleh seorang pejabat humas untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan terbaru kepada pers.
- c) *Press Tour* adalah kegiatan yang diadakan oleh perusahaan atau lembaga untuk mengundang wartawan mengunjungi daerah tertentu dan menikmati objek wisata menarik.
- d) *Press Release* atau siaran pers digunakan sebagai publisitas dalam kegiatan kehumasan karena efektif dalam menyebarkan berita.
- e) *Special Event* adalah peristiwa khusus dalam kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang, meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik.
- f) *Press Luncheon* atau *media gathering* adalah acara jamuan makan siang yang diadakan oleh pejabat humas untuk para wakil media massa, memungkinkan pertemuan dengan top manajemen perusahaan atau lembaga guna mendengarkan perkembangan terbaru.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi, Dan Aplikasi* (Andi, 2012).

Melalui berbagai bentuk *media relation* ini, perusahaan atau lembaga dapat meningkatkan visibilitas kedua belah pihak serta dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan media massa. Dengan merancang strategi *media relation* yang efektif dan beragam, perusahaan dapat mengoptimalkan segala bentuk publisitas dengan melalui media massa.

#### 4) Tahapan dalam *Media Relation*

Proses merujuk pada serangkaian tahapan atau kegiatan yang memiliki tujuan atau sasaran tertentu. Dalam konteks ini, terdapat elemen-elemen seperti *input* (masukan), proses (kegiatan) dan *output* (keluaran). Dalam menjalankan hubungan dengan media massa, terdapat beberapa tahapan proses *media relation* menurut Iriantara sebagai berikut :<sup>48</sup>

##### a) Perencanaan

Tahap perencanaan yaitu upaya untuk merealisasikan suatu peristiwa yang mungkin terjadi di masa depan.

##### b) Implementasi

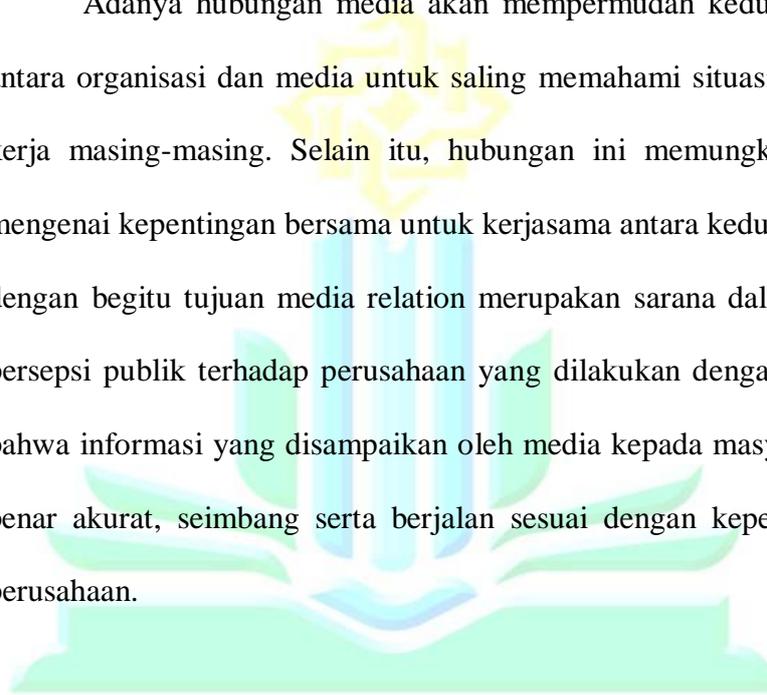
Implementasi rencana melibatkan sumber daya manusia, metode dan bentuk pekerjaan yang harus dilakukan. Ini mencakup pembentukan tim dengan tugas yang terbagi jelas, pemilihan metode kerja yang efektif dan pelaksanaan program atau kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.

<sup>48</sup> Yosai Iriantara, *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik* (-, 1919).

c) Evaluasi

Evaluasi menjadi ukuran untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu kegiatan yang telah dilaksanakan.<sup>49</sup>

Adanya hubungan media akan mempermudah kedua belah pihak antara organisasi dan media untuk saling memahami situasi serta kondisi kerja masing-masing. Selain itu, hubungan ini memungkinkan diskusi mengenai kepentingan bersama untuk kerjasama antara kedua pihak. Maka dengan begitu tujuan media relation merupakan sarana dalam mengelola persepsi publik terhadap perusahaan yang dilakukan dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh media kepada masyarakat adalah benar akurat, seimbang serta berjalan sesuai dengan kepentingan suatu perusahaan.



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

---

<sup>49</sup> Linggar M. Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia* (Bumi Aksara, 2001).

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Menurut Sugiyono metode penelitian pada prinsipnya adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan penggunaan tertentu yang didasarkan pada aspek rasional, empiris dan sistematis.<sup>50</sup>

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Menurut Creswell, pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan terhadap fenomena sosial dan permasalahan manusia melalui metode studi dan pemahaman yang mendalam.<sup>51</sup> Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif karena peneliti ingin mengkaji lebih dalam bagaimana fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi di UIN KHAS Jember.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana Humas UIN KHAS Jember mempertahankan citra positif melalui *media relation*, serta mengeksplorasi strategi-strategi yang diterapkan dalam proses tersebut. Data disajikan dalam bentuk narasi dan visual, sehingga laporan penelitian akan mencakup kutipan data yang memberikan ilustrasi lebih jelas terhadap hasil penelitian.

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cetakan Ke-1 September 2019 (ALFABETA, cv, 2019).

<sup>51</sup> Michael Quinn Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods 3rd Edition / Michael Quinn Patton*, 3rd ed. (SAGE Publication, 2002).

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UIN KHAS Jember, yang beralamat di Jln. Mataram No. 1, Karang Mluwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Lokasi tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan satu-satunya kampus Islam Negeri di Kabupaten Jember. Selain itu, UIN KHAS Jember ini mempunyai peran krusial dalam lembaga pendidikan yaitu mempresentasikan citra yang positif kepada khalayak publik dengan baik.

## C. Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan usaha dalam mengumpulkan data. Data hasil penelitian diperoleh dari subjek dan informan yang mewakili yang sesuai dengan fokus tema fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga perguruan tinggi pada kampus UIN KHAS Jember.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada tujuan atau pertimbangan khusus sebelumnya untuk memilih sumber data. Peneliti mengambil data dari narasumber yang mempunyai data sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti. Adapun narasumber yang akan dijadikan sumber data dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Dr. Moh Nor Afandi, M.Pd.I (Kepala Pusat Data, Informasi, dan Survei UIN KHAS Jember). Beliau dijadikan narasumber karena

memiliki tanggung jawab terbesar dalam pengelolaan media HUMAS UIN KHAS Jember.

2. Munirotun Naimah, S.Pd (Divisi Pemberitaan). Beliau dipilih sebagai narasumber karena bertanggung jawab dalam mengelola media HUMAS UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang fokus pada bidang pemberitaan.
3. Abdul Hakim, M.Sos. (Divisi *Event Organizer*). Alasannya karena beliau adalah narasumber yang bertugas dalam mengatur dan menyusun rancangan dalam suatu kegiatan.

#### **D. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merujuk pada proses menghimpun informasi atau fakta yang relevan dan diperlukan untuk suatu penelitian atau keperluan analisis. Ini melibatkan metode dan teknik tertentu untuk mendapatkan data yang akurat dan berguna dalam konteks tertentu. Proses ini mencakup pengumpulan berbagai jenis informasi seperti observasi, wawancara, survei, dokumentasi dan eksperimen, tergantung pada metode penelitian atau kebutuhan spesifik.<sup>52</sup> Tujuan utama dari pengumpulan data adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan valid mengenai topik atau fenomena yang sedang diteliti.

##### **1. Observasi**

Observasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengamati secara langsung perilaku informan di lapangan adalah

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2019

melalui teknik observasi. Beberapa elemen yang diperoleh dari hasil observasi mencakup ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan di balik penggunaan teknik observasi oleh peneliti adalah untuk menyajikan gambaran yang realistis mengenai perilaku atau kejadian, untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan, untuk memahami perilaku manusia dan untuk melakukan evaluasi, seperti melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu dan memberikan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

Adapun data yang diperoleh melalui teknik observasi meliputi:

- a. Letak geografis tempat penelitian: Kantor Pusat Data, Informasi dan Survei (PDIS) UIN KHAS Jember.
- b. Kondisi tempat penelitian: Humas UIN KHAS Jember.
- c. Proses kegiatan Humas UIN KHAS Jember.

## 2. Wawancara

Dalam bukunya Abdul Fatah, menurut Rowley wawancara digunakan untuk melakukan penelitian kualitatif sebagai proses untuk memperoleh fakta serta pemahaman akan opini, sikap, perilaku, pengalaman dan prediksi.<sup>53</sup> Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada narasumber yang ditentukan terkait dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

---

<sup>53</sup> Abdul Fattah Buku Metode Penelitian Kualitatif, 2023

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yang mana peneliti telah menyiapkan pertanyaan penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis dengan alternatif jawaban yang sudah disiapkan. Informan diberikan pertanyaan kemudian peneliti mencatat jawabannya. Berikut adalah langkah-langkah dalam melakukan wawancara sebagai berikut :

- a. Menetapkan kepada siapa proses wawancara akan dilakukan.
- b. Narasumber yang akan diwawancarai pada penelitian ini yaitu kepala Humas UIN KHAS Jember, Staff Humas bagian Pemberitaan, Staff Humas bagian *Event Organizer*.
- c. Menetapkan topik permasalahan yang terjadi sebagai bahan pembicaraan.
- d. Mencatat hal penting dalam proses wawancara.
- e. Mengidentifikasi hasil wawancara.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono, dokumentasi ini merupakan suatu cara untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, tulisan angka, dokumen serta gambar yang mendukung saat penelitian.<sup>54</sup> Foto dalam dokumentasi menjadi bukti yang dapat memberikan gambaran mengenai situasi yang ada pada saat penelitian.

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2019

Dalam dokumentasi ini juga dapat memberikan gambaran historis terkait latar belakang suatu penelitian.

Adapun data informasi yang didapat dari teknik dokumentasi ini antara lain :

- a. Struktur Organisasi Humas UIN KHAS Jember
- b. Visi dan Misi Humas UIN KHAS Jember
- c. Dokumentasi media Humas UIN KHAS Jember
- d. Dokumentasi saat melakukan penelitian

#### **E. Analisis Data**

Analisis data merujuk pada proses pengolahan data yang telah dilakukan sehingga hasilnya dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca penelitian. Analisis data melibatkan penyajian informasi yang berasal dari pengolahan data, pengelompokan hasil pengolahan data, serta penyusunan ringkasan hasil olah data untuk membentuk suatu kesimpulan dalam penelitian.<sup>55</sup> Dalam hal ini peneliti menggunakan metode analisis data model Miles and Huberman. Adapun aktivitas dalam analisis data sebagai berikut :

##### **1. Data *Reduction*/Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses berpikir yang memerlukan kecerdasan serta pemahaman yang luas dan mendalam.<sup>56</sup> Reduksi adalah upaya untuk menyederhanakan informasi yang diperoleh dari

---

<sup>55</sup> Syafrida Metodologi Penelitian, 2021.

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2019

lapangan. Informasi yang diperoleh dari lapangan umumnya bersifat kompleks dan seringkali terdapat informasi yang tidak relevan dengan tema penelitian. Data tersebut bercampur dengan data penelitian yang sebenarnya.<sup>57</sup>

## 2. Data *Display*/Penyajian Data

Penyajian data merujuk pada himpunan informasi yang diatur sedemikian rupa sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Tahap ini melibatkan penyajian informasi yang terorganisir untuk mempermudah penarikan kesimpulan. Penyajian data ini dilakukan karena data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif cenderung bersifat naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi substansi atau isinya. Dengan *display* data, akan mempermudah pemahaman terhadap keadaan atau informasi yang ada, serta memungkinkan perencanaan program selanjutnya berdasarkan pemahaman yang diperoleh dari data tersebut.<sup>58</sup>

## 3. *Conclusion Drawing/Verification*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat diidentifikasi sebagai temuan baru yang sebelumnya belum diketahui atau ditemukan. Kesimpulan tersebut merupakan hasil dari penelitian yang menggambarkan secara deskriptif suatu objek yang sebelumnya kurang

---

<sup>57</sup> Syafrida Metodologi Penelitian. 2021

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2019

jelas, kemudian setelah dianalisis menjadi jelas. Hal ini dapat berupa hubungan kausal, menguji hipotesis atau teori.

## **F. Keabsahan Data**

Bagian ini mencakup upaya-upaya yang akan dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data informasi yang ditemui di lapangan. Untuk memastikan keabsahan data, perlu dilakukan penelitian terhadap kredibilitasnya dengan menerapkan berbagai teknik keabsahan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi untuk mengecek keabsahan data. Berikut teknik triangulasi dalam penelitian ini yaitu :

### **1. Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

### **2. Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik bertujuan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan triangulasi sumber dan teknik. Setelah melakukan analisis data, peneliti menguji kevalidan data tersebut menggunakan triangulasi sumber. Dalam konteks triangulasi sumber, peneliti memverifikasi keabsahan data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber informasi yang dapat dipercaya.

## G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian menjelaskan rencana pelaksanaan yang akan dilakukan oleh peneliti melalui tiga fase, yaitu tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Adapun proses penelitian ini terdiri dari tahapan sebagai berikut:

### 1. Tahap Pralapangan

Tahap pra-lapangan adalah proses yang dilakukan sebelum peneliti melaksanakan penelitian. Adapun hal yang harus diperhatikan pada tahap ini yaitu :

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Menentukan objek penelitian
- c. Mengurus surat perizinan
- d. Memantau dan mengecek kondisi lapangan
- e. Menyiapkan perlengkapan penelitian

### 2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Tahap Pekerjaan lapangan merupakan bagian dari aktivitas penelitian yang dilakukan dilokasi penelitian. Pada tahapan ini, peneliti mengumpulkan data sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian. Proses pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Untuk mendukung pengumpulan data ini, peneliti menyiapkan perlengkapan yang diperlukan, seperti lembar wawancara, kamera foto dan alat perekam suara.

### 3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data merupakan fase terakhir yang dilakukan oleh peneliti setelah menyelesaikan tahap pengumpulan data di lapangan. Pada fase ini, peneliti menganalisis data yang telah diperoleh selama penelitian. Kemudian data tersebut dikelola menjadi sebuah laporan penelitian.



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

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA ANALIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Kampus UIN KHAS Jember**

Kampus UIN KHAS Jember ini adalah lembaga perguruan tinggi yang muncul dengan tujuan membentuk generasi intelektual muslim yang dibangun berdasarkan gagasan dari umat islam untuk menciptakan perkembangan kualitas kehidupan bangsa.

Muktamar Syuriah Alim Ulama Nahdlatul Ulama (NU) dilaksanakan pada 30 September 1964 di Gedung PGAN, Jl. Agus Salim No. 65, yang dipimpin oleh KH. Sholeh Sjakir. Salah satu hasil penting dari konferensi tersebut adalah rekomendasi untuk mendirikan lembaga perguruan Islam di Jember.

Pada tahun 1965, dalam waktu yang relatif singkat, didirikan Institut Agama Islam Jember dengan Fakultas Tarbiyah yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin, Jember. Kemudian telah diresmikan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel cabang Jember didirikan pada 21 Februari 1966 dan masih berada di bawah naungan IAIN Sunan Ampel Surabaya..

Pada tahun 2014, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel bertransformasi menjadi STAIN Jember. Selanjutnya, pada 17 Oktober 2014, STAIN Jember mengubah statusnya menjadi IAIN Jember. Dengan demikian, secara hukum STAIN Jember telah bertransformasi menjadi IAIN Jember.

Dengan tujuan memperkuat eksistensinya secara optimal dan dinamis di era reformasi, IAIN Jember memiliki fleksibilitas untuk berperan. Institusi ini bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan, martabat dan harkat bangsa dengan mencetak sarjana Islam yang memiliki kecakapan intelektual, keterbukaan, dan profesionalisme yang luar biasa. Dengan demikian, kampus IAIN Jember dapat menjawab semua problematika kehidupan yang khas.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 44 Tahun 2021, pada tanggal 11 Mei 2021, IAIN Jember kembali mengubah statusnya menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. UIN KHAS Jember menawarkan Program Sarjana Strata Satu (S1) melalui lima fakultas, yang masing-masing memiliki program studi yang beragam. Fakultas tersebut antara lain Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Dakwah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora. Terdapat pula program pascasarjana dengan program strata dua (S2) yang menawarkan delapan program studi, serta program strata tiga (S3) dengan tiga program studi.

Pada wilayah Timur Pulau Jawa, UIN KHAS Jember menjadi satu-satunya kampus negeri. Kampus UIN KHAS Jember hadir untuk memperkuat perannya dalam membentuk mahasiswa menjadi sarjana Islam yang berilmu luas, berakhlak mulia dan profesional. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, semua aktivitas, baik akademik maupun

administratif, harus diarahkan pada peningkatan motivasi akademik dan pencapaian tata kelola universitas yang baik. Pencapaian tinggi ini menjadi kunci bagi UIN KHAS Jember untuk bersaing ditengah persaingan sengit dan dinamika perubahan yang terus menerus dimasyarakat. Dengan semangat, spiritualitas dan prestasi akademik yang kuat, UIN KHAS Jember siap bersaing dengan universitas lain untuk mencapai prestasi menjadi universitas berkelas dunia..<sup>59</sup>

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

“Menjadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka di Asia Tenggara pada Tahun 2045 dengan Kedalaman Ilmu Berbasis Kearifan Lokal untuk Kemanusiaan dan Peradaban”.

### b. Misi

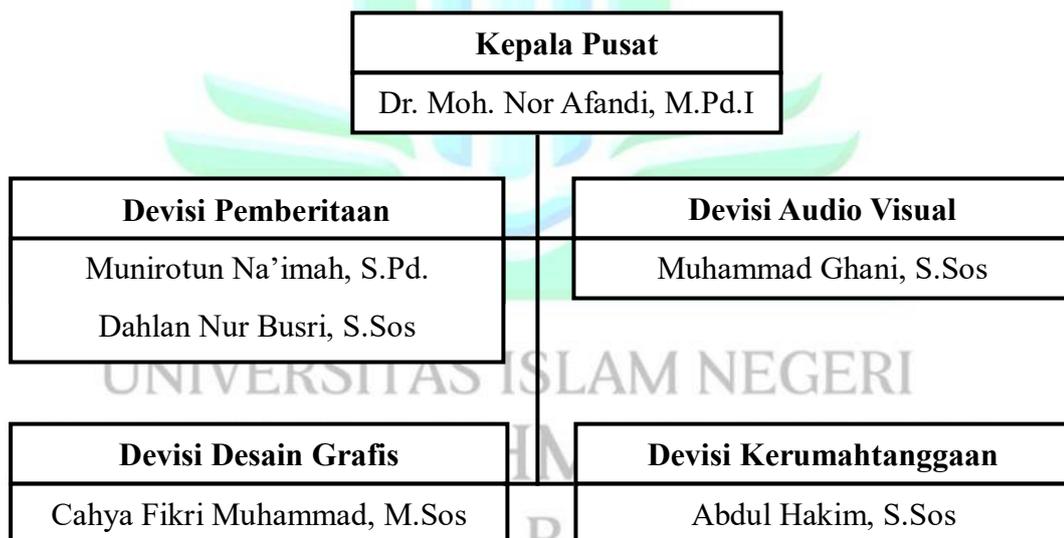
Dengan mengacu pada visi yang telah ditetapkan, maka misi UIN KHAS Jember antara lain :

- 1) Mengintegrasikan dan mengembangkan studi keislaman, ilmu pengetahuan, dan nilai-nilai keindonesiaan yang berlandaskan kearifan lokal dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran.
- 2) Meningkatkan mutu penelitian guna menghasilkan ilmu yang orisinal dan bermanfaat bagi kepentingan akademik serta kemanusiaan.

<sup>59</sup> <https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>

- 3) Memperkuat kemitraan antara universitas dan masyarakat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan agama untuk kesejahteraan masyarakat.
- 4) Menggali serta menerapkan nilai-nilai kearifan lokal untuk menciptakan masyarakat yang beradab.
- 5) Mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak pada tingkat regional, nasional, dan internasional untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.<sup>60</sup>

### 3. Struktur Organisasi



Gambar Tabel 4.1 struktur organisasi Humas UIN KHAS Jember.

### 4. Tugas pokok dan fungsi humas

tugas pokok serta fungsi pada humas meliputi berbagai pelayanan seperti pelayanan informasi, penyusunan, penyebaran informasi, dokumentasi dan publikasi. Secara khusus, tugas setiap divisi Humas adalah sebagai berikut:

<sup>60</sup> "Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember," <https://uinkhas.ac.id>.

- a. Divisi Pemberitaan memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan kepada publik.
- b. Divisi Desain Grafis bertugas merancang konsep yang dibuat semenarik mungkin terkait informasi yang akan disajikan.
- c. Divisi Audio Visual bertanggung jawab menyajikan informasi dengan bentuk audio visual.
- d. Divisi Kerumah Tanggaan bertanggungjawab mengurus segala bentuk administrasi.
- e. Divisi event organizer bertanggung jawab merencanakan keseluruhan acara.

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Pada bab ini, peneliti akan menganalisis data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berkaitan dengan fungsi *Public Relation* dalam menjaga citra lembaga. kemudian peneliti menyajikan data yang diperoleh melalui wawancara, menghimpun informasi dan memulai proses analisis data.

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

1. Menyusun instrumen wawancara atau pedoman penelitian.
2. Melaksanakan wawancara dengan narasumber yang relevan.
3. Merekam informasi yang diperoleh dari narasumber.
4. Mencatat poin-poin penting dari apa yang disampaikan oleh narasumber.
5. Melakukan dokumentasi selama proses penelitian.
6. Menganalisis hasil wawancara yang telah dilakukan.

Data yang disajikan berikut merupakan fokus penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan di UIN KHAS Jember, sebagai berikut:

### **1. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Publik Eksternal Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember**

Dalam menjalin hubungan eksternal, UIN KHAS Jember berupaya untuk memperkenalkan lembaga perguruan tinggi kepada masyarakat dengan melalui program-program kegiatan yang dapat menciptakan kesan citra positif terhadap perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Program tersebut dilakukan dalam rangka untuk memahami sikap dan pendapat publik terhadap lembaga, serta memelihara hubungan baik dengan semua pihak yang terkait dengan operasional perusahaan.<sup>61</sup>

Publik eksternal UIN KHAS Jember mencakup berbagai pihak seperti masyarakat sekitar, pelanggan, serta pemerintah. Masyarakat yang dimaksud disini meliputi alumni UIN KHAS Jember, orang tua mahasiswa dan warga di sekitar lingkungan kampus. Masing-masing pihak ini memiliki peran penting dalam membentuk hubungan eksternal kampus, yang secara tidak langsung turut mendukung keberlanjutan dan perkembangan institusi.

Dalam kejadian tahun lalu, uin juga pernah membuat acara konser dengan bintang tamunya itu sahiba dari bwi, pas itu rame mas banyak yang dari unej dari masyarakat karena kita ketahui sahiba yang terkenalnya dengan pakaian yang terbuka apalagi kita kampus islam. Jadi ya pada saat itu kita kemas dengan pertunjukkan yang berbeda yakni kita buat sahiba penyanyi koplo banyuwangan

---

<sup>61</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis (Jember, 2024).

dengan menyanyikan lagu islami dengan pakaian yang juga islami juga tentunya.<sup>62</sup>

Humas UIN KHAS Jember memastikan komunikasi yang terbuka dan transparan dengan masyarakat. Informasi mengenai kebijakan, program dan kegiatan kampus disampaikan secara jelas dan tepat waktu. Melalui berbagai saluran komunikasi seperti situs web resmi dan beberapa akun media sosial milik humas. Humas UIN KHAS Jember aktif menjalin kemitraan dengan berbagai pihak dimasyarakat, termasuk pemerintah daerah. Kerjasama ini mencakup bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, yang dapat memberikan manfaat nyata bagi kedua belah pihak. Selain itu, humas juga menyelenggarakan berbagai kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa, dosen dan staf kampus. Kegiatan seperti seminar, lokakarya, pameran dan kampanye sosial diadakan secara rutin untuk memperkenalkan UIN KHAS Jember kepada masyarakat luas. Acara ini tidak hanya bertujuan untuk promosi, tetapi juga untuk mendengarkan masukan dari masyarakat guna meningkatkan kualitas layanan dan program kampus.<sup>63</sup>

Segala bentuk program yang dibuat oleh humas tentu sudah kami buat untuk memberikan kenyamanan kepada masyarakat publik agar publik itu secara tidak langsung mengenal kita. Kita tuh mempunyai kelebihan yang harus mereka ketahui, karena itu bisa menjadi peningkatan kepercayaan kepada masyarakat terhadap kampus UIN KHAS Jember.<sup>64</sup>

Dalam proses memperkenalkan kampus, humas juga membuat sebuah banner atau baliho yang dipasang dititik yang strategis untuk bisa

---

<sup>62</sup> Ibid.

<sup>63</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis (Jember, 2024).

<sup>64</sup> Ibid.

diketahui oleh publik. Hal ini bermaksud untuk menginformasikan kepada khalayak sekitar bahwa ada sesuatu yang ada pada kampus UIN KHAS Jember seperti halnya tentang penerimaan mahasiswa baru atau berita yang lain.<sup>65</sup>

Pada era serba digital ini, tentu semua orang akan lebih memperhatikan informasi yang ada *gadget* atau hp. Tapi tidak menutup kemungkinan juga masyarakat publik sekitar akan lebih tau juga ketika terdapat baliho yang sifatnya informatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat ini diletakkan di setiap lokasi yang strategis. Sehingga semua akan berada ada target sasaran publik. Yang informasi lewat teknologi cocok dengan masyarakat public yang berada jauh diluar kampus dan banner baliho cocok sesuai dengan masyarakat sekitar.<sup>66</sup>

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, humas memanfaatkan berbagai media digital untuk mempengaruhi publik. Humas mengelola beberapa akun media sosial untuk menyebarkan informasi dan kegiatan dengan tujuan agar masyarakat mengetahui perkembangan di UIN KHAS Jember. Akun media sosial resmi yang dimiliki oleh kampus meliputi YouTube, Instagram dan TikTok dengan nama yang sama, yaitu UIN KHAS Jember Official. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Moh.

Nor Afandi bahwa :

Ya namanya jaman ya pasti ada namanya perkembangan dari tahun ke tahun. Jika kita tidak *up to date* terhadap itu semua, kita akan tertinggal oleh canggihnya teknologi di era digital ini. Sehingga kami selaku humas harus bisa mengikuti perkembangan yang ada pada saat ini, seperti dalam melakukan interaksi dengan publik eksternal kita membuat sebuah media yang beragam mulai IG, Twitter, FB, Youtube, TikTok. Itu semua kami buat sebagai untuk mempermudah dalam mengakses jaringan sosial yang juga bisa dijangkau oleh masyarakat yang jauh sekalipun.<sup>67</sup>

<sup>65</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis.

<sup>66</sup> Munirotun Naimah, Diwawancara Oleh Penulis, Jember,, n.d.

<sup>67</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

Humas UIN KHAS Jember menyediakan saluran untuk menerima dan menangani keluhan serta masukan dari masyarakat. Mekanisme ini membantu dalam merespon secara efektif terhadap berbagai isu yang muncul dan memastikan bahwa setiap umpan balik dijadikan dasar untuk menjadi bahan evaluasi humas kedepannya.

Dengan demikian, Humas UIN KHAS Jember berupaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat, yang pada intinya untuk dapat mendukung pencapaian visi dan misi lembaga. Sehingga citra positif lembaga akan tercipta dan terjaga dengan baik.

## **2. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Publik Internal Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember**

Dalam menjalankan hubungan publik internal, UIN KHAS Jember perlu menjalin kerjasama yang baik diantara semua pihak yang terlibat di kampus. Kerjasama dan kinerja yang solid antar anggota sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, humas UIN KHAS Jember berupaya untuk selalu memelihara dan membentuk hubungan yang baik guna menciptakan hubungan yang harmonis di lingkungan internal.

Adapun Publik internal UIN KHAS Jember meliputi Mahasiswa, Dosen, Rektor (Pemegang Saham) dan Staff. Semua elemen ini memiliki peran penting dalam masing-masing bidang. Mahasiswa berperan sebagai produk yang diolah oleh kampus untuk menghasilkan generasi intelektual. Dosen bertugas memberikan edukasi kepada mahasiswa yang menempuh

pendidikan di UIN KHAS Jember, sedangkan rektor bertindak sebagai pengendali dalam pencapaian tujuan kampus. Oleh karena itu, diperlukan hubungan yang baik diantara seluruh pemangku kepentingan dalam kampus untuk mencapai tujuan institusi, yaitu menjaga dan mempertahankan citra positif UIN KHAS Jember secara berkelanjutan.

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh humas UIN KHAS Jember meliputi hubungan dengan karyawan (*employee relations*) dan hubungan dengan pemegang saham (*stackholder relations*). Tidak hanya itu, humas UIN KHAS Jember juga menjalin hubungan dengan mahasiswa untuk memberikan magang atau pengalaman pada bidang humas. Seorang humas harus mampu berkomunikasi dengan semua lapisan karyawan, baik secara formal maupun informal, untuk mengumpulkan kritik dan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan di organisasi atau perusahaan. Selain itu, humas juga harus menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan.<sup>68</sup>

Program hubungan karyawan diharapkan memberikan dampak positif, dimana karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Hal ini dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), meningkatkan motivasi, kreativitas, serta keinginan untuk mencapai kinerja optimal. Kebijakan ini juga diterapkan di Humas UIN KHAS Jember, di mana Kepala Humas, Bapak Nor Afandi, memberikan program *reward and punishment* kepada timnya sebagai dorongan dan motivasi untuk

---

<sup>68</sup> Onong Uchjana Effendy, *ILMU KOMUNIKASI Teori Dan Praktek*.

melaksanakan tugas sesuai dengan *jobdisc* pekerjaan mereka. Dengan kebijakan yang diimplementasikan oleh Bapak Afandi, diharapkan tim Humas dapat memberikan kinerja maksimal untuk terus menciptakan citra positif dalam mewujudkan tujuan institusi UIN KHAS Jember.

Dalam menjalin komunikasi antara atasan dan karyawan, Kepala Humas Bapak Nor Afandi menerapkan sistem kolektif kolegial. Sistem ini menekankan kolaborasi antara karyawan dan atasan tanpa memperhatikan perbedaan jabatan, dimana setiap individu diperlakukan setara. Dalam situasi dimana ada pekerjaan yang belum terselesaikan, seluruh anggota tim secara aktif terlibat tanpa memandang hierarki jabatan. Pendekatan ini dirancang untuk membangun kebersamaan dan menciptakan hubungan yang solid antara atasan dan bawahan.

Proses kegiatan yang mendukung terjalinnya hubungan baik antara Kepala Humas dan karyawan meliputi adanya kajian, kunjungan dan ngafe bersama. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan menciptakan kedekatan emosional yang positif antara karyawan dan atasan maupun antar sesama karyawan. Hubungan komunikasi yang dibangun oleh Kepala Humas ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan dalam mewujudkan tujuan kampus, yaitu meningkatkan citra lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember.<sup>69</sup>

Dalam berkomunikasi dengan pemangku kepentingan internal yaitu Rektor. Kepala Humas memberikan pelayanan yang responsif terhadap

---

<sup>69</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

instruksi atasan dengan melaksanakan perintah tanpa mempertimbangkan imbalan yang akan diperoleh. Karena tugas humas seringkali melampaui jam kerja biasa, humas harus siap bekerja dalam waktu yang panjang untuk memberikan kinerja maksimal. Jam kerja humas dapat mencapai hingga 23 jam, mengingat tanggung jawab untuk memastikan penerbitan berita tepat waktu. Semua upaya ini dilakukan untuk memenuhi tugas harian humas dalam penayangan berita terkini. Kemudian Bapak Afandi juga sering menyampaikan informasi kepada Rektor terkait kondisi aktual di kampus UIN KHAS Jember. Hal ini bertujuan untuk mendukung upaya pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Namun, sebelum itu, bagian humas akan terlebih dahulu berkoordinasi dengan Wakil Rektor III untuk mendapatkan konfirmasi terkait masalah yang sedang berlangsung.<sup>70</sup>

Dengan demikian hubungan yang terjalin antara humas dengan pemangku saham dapat berjalan dengan baik yang dapat menghindari adanya miss komunikasi diantara keduanya. Sehingga dengan ini dapat memberikan pengaruh positif untuk menjaga reputasi serta meningkatkan citra lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember.

Selain menjalin hubungan kepada pemangku saham, humas UIN KHAS Jember juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang berminat menjadi kontributor untuk bergabung menjadi tim humas. Dengan adanya kontributor ini sedikit memberikan bantuan terhadap humas sendiri dalam melaksanakan berbagai rangkaian tugas-tugas yang

---

<sup>70</sup> Ibid.

dimilikinya. Tapi tetap yang menjadi peran utama tetaplah anggota humas kampus sendiri. Dengan adanya perekrutan ini Bapak Moh. Nor Afandi mengatakan bahwa :

Kami membentuk tim dari mahasiswa ini dengan tujuan untuk memberikan kesempatan tentunya bagi mahasiswa yang berminat dalam bidang kehumasan. Dimana humas ada berbagai tugas yang akan dikerjakan yaitu ada videografi, fotografi, konten sosial media, sampai ada penulisan berita juga. Kami berharap dengan adanya teman-teman mahasiswa ini bisa kuranglebihnya tau atau paham bagaimana cara mencari berita, bagaimana menulis berita dsb. Sehingga nanti temen-temen bisa mengetahui bakat apa yang harus dikembangkan dalam dirinya.<sup>71</sup>

Selain itu, Ibu Munirotun Na'imah dari divisi pemberitaan juga menyampaikan bahwa penjarangan mahasiswa yang difungsikan untuk membantu kegiatan humas berlangsung. Dengan begitu, mahasiswa akan mendapatkan pengalaman ketika menjadi kontributor humas UIN KHAS Jember.

Ya ini merupakan suatu kerja sama yang baik untuk humas dan mahasiswa, bisa terjalinnya hubungan yang baik antara dosen dan mahasiswa. Kemudian biasanya mahasiswa yang dijarah kebanyakan dari prodi kpi karena memang, prodi tersebut sesuai dengan salah satu jurusan yang mereka tempuh juga yaitu bidang kehumasan.<sup>72</sup>

Kerja sama antara mahasiswa dan humas menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk memperoleh pengalaman berharga, sementara humas terbantu oleh kontribusi tenaga dan keterampilan mahasiswa yang terlibat dalam proses tersebut. Dengan demikian, kolaborasi ini memberikan

---

<sup>71</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 08 Mei 2024, n.d.

<sup>72</sup> Munirotun Naimah, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, (14 Mei 2024, n.d.).

manfaat bagi kedua belah pihak, baik dalam hal pengembangan kapasitas mahasiswa maupun efisiensi kerja humas.

### **3. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Media Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember**

Humas UIN KHAS Jember dalam melakukan program aktivitas kerjanya perlu melakukan kerjasama antar media massa. Upaya tersebut dilakukan agar dapat membentuk sinergitas antara keduanya, maka dibentuklah kerjasama dengan tujuan berita atau informasi yang dikeluarkan oleh media-media dapat memuat berita yang faktual dan berimbang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Dengan demikian Bapak Moh. Nur Afandi mengatakan bahwa :

Perkembangan teknologi dari masa ke masa mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dengan adanya media sosial yang sulit dibendung, bisa jadi setiap *person* dapat mempublikasikan informasi saat ini yang sedang terjadi. Dengan hal itu kejadian itu bisa terjadi kapan saja dan dapat dipublikasikan secara luas.<sup>73</sup>

Sehingga dalam hal ini, humas dapat mengupayakan berita yang diterbitkan oleh media lain dapat melalui *screening* terlebih dahulu oleh kepala humas UIN KHAS Jember. Tidak dapat dipungkiri bahwa meskipun telah melakukan tahap pengecekan ulang terhadap berita, masih ada informasi yang kurang akurat dan memerlukan klarifikasi terhadap berita yang beredar. Untuk merespon hal tersebut, UIN KHAS Jember menjalin kerja sama dengan berbagai media dengan tujuan memberikan publikasi yang tepat dan akurat serta menjaga citra positif kampus.

---

<sup>73</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 08 Mei 2024.

Dalam upaya ini, UIN KHAS Jember bekerja sama dengan empat media televisi, yaitu

1. JTV
2. FTV
3. Jember1 TV
4. Kompas TV

serta enam media berita online, yaitu

1. Radar Jember
2. Area News
3. Suara Indonesia
4. Times Indonesia
5. Portal Jatim
6. Ketik.co.id.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Kerjasama yang dibangun oleh humas UIN KHAS Jember berlangsung dengan adanya perjanjian yang dibuat oleh Bapak. Moh. Nor Afandi selaku kepala humas. Beliau mengatakan jika betapa pentingnya

kerjasama dengan awak media menjadi hal yang harus dijaga dengan baik.

Karena itu semua untuk memberikan satu komando agar pesan atau informasi yang didapat dari kampus harus berdasarkan sumber yang jelas.

Sehingga kerjasama ini harus dimaksimalkan dengan baik, seperti Bapak

Moh. Nor Afandi sampaikan bahwa :

Membangun dan memaksimalkan kerjasama yang selama ini sudah kita bangun bersama kami UIN KHAS Jember. Harus tetap terjalin

hubungannya agar media dapat menyampaikan hal positif berdasarkan kejadian yang sebenarnya terjadi pada kampus UIN KHAS Jember.<sup>74</sup>

Kerjasama antar media ini menjadi bentuk misi dalam membentuk serta menjaga citra lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember. Berbagai informasi yang memberitakan tentang kampus menjadi tanggungjawab humas. Maka ketika ada yang memberitakan negatif tentang kampus, humas bisa mengkoscek terlebih dahulu berita yang diterbitkan sudah benar atau belum. Sehingga dengan adanya kerjasama antar media ini menciptakan tujuan untuk memberikan informasi kepada publik yang bisa meningkatkan citra lembaga UIN KHAS Jember. Hal ini senada dengan Ibu Munirotn Na'imah, beliau mengatakan :

Informasi yang dikeluarkan oleh media harus benar, karena kita sudah membentuk kerjasama, maka biasanya data informasi yang mau diterbitkan akan ada brifing terlebih dahulu yang dilakukan oleh pihak humas untuk menghindari adanya pemberitaan negatif yang dapat mengancam reputasi lembaga.<sup>75</sup>

Dengan demikian, *media relation* menjadi penting agar terciptanya sebuah hubungan harmonis antara media masa dengan humas yang bisa berpengaruh terhadap informasi yang diterbitkan oleh media. Informasi yang kurang faktual atau tidak berimbang akan berdampak pada lembaga perguruan ini. Sehingga terjadinya ancaman penurunan kepercayaan kepada lembaga. Berita informasi yang dimuat dalam media seharusnya dapat memberikan tayangan yang dapat memberikan kesan positif bagi publiknya. Namun, itu semua tergantung bagaimana *framing* yang dibuat

<sup>74</sup> Ibid.

<sup>75</sup> Munirotn Naimah, Diwawancara Oleh Penulis, Jember,.

oleh media. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Moh. Nor Afandi selaku kepala humas UIN KHAS Jember. Beliau menjelaskan bahwa:

Kerjasama antar media ini kami bentuk guna memberikan satu informasi yang sama dengan apa yang lembaga berikan, sehingga nanti tidak ada yang namanya berita negatif yang dikeluarkan oleh media lain. Kalaupun ada, akan kami berikan penjelasan kepada para media yang menerbitkan berita tersebut untuk memberikan evaluasi terhadap berita yang dimuat.<sup>76</sup>

Dengan begitu, adanya kerjasama antar media membuat kedua belah pihak tidak merasa yang dirugikan, justru keduanya saling memberikan keuntungan. Media humas membutuhkan media sebagai sarana publikasi yang dapat menjangkau publik yang lebih luas, sedangkan media membutuhkan informasi dari perusahaan sebagai bahan berita untuk dimuat dimedianya.

Kerjasama ini dilakukan untuk menciptakan sebuah tujuan daripada tugas humas sendiri yaitu memberikan informasi yang sesuai dengan melibatkan adanya media-media untuk memperluas penyebaran informasinya dalam rangka menciptakan citra positif lembaga.

Humas UIN KHAS Jember membentuk kerjasama antar media menjadi salah satu bentuk program yang harus benar-benar dijaga hubungannya. Hal ini bermaksud untuk mencegah dari adanya berita-berita yang tidak faktual dan berimbang sampai kepada khalayak publik. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Moh. Nor Afandi yaitu :

*Media relation* ini kami bentuk dalam rangka menjaga citra positif yang dimiliki oleh kampus kita ini, dimana kampus kita sudah bertransformasi yang dulunya STAIN sampai menjadi UIN KHAS Jember. Tentu ini tidaklah mudah, pasti banyak proses untuk

---

<sup>76</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 08 Mei 2024.

melalui semua ini. Sehingga kami humas UIN KHAS Jember berusaha membina hubungan kerjasama ini dengan tujuan untuk terus menjaga citra positif yang terus memberikan informasi positif kepada publik agar kepercayaan masyarakat terhadap kampus UIN KHAS Jember ini dapat terjaga dengan baik.<sup>77</sup>

Sehingga dalam proses menjalin hubungan antar media butuh yang namanya langkah-langkah dan strategi yang harus dijalankan agar berjalan dengan baik tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Kemudian apabila ditemui adanya berita negatif dari media lain, ini sangat berpengaruh terhadap reputasi yang dimiliki oleh lembaga. Karena ketika berita negatif sudah diterbitkan, maka bisa berdampak pada kepercayaan publik. Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Munirotun Na'imah dari divisi pemberitaan, beliau mengatakan jika :

Ketika media lain memberikan berita negatif tentang kampus, menurut saya selaku anggota humas sangat berpengaruh terhadap publik. Biasanya berpengaruh ketika ada yang mau kuliah disini kemudian tau kalau kemarin ada kejadian viral yaitu joget di masjid. Itu membuat publik memiliki pandangan negatif terhadap lembaga UIN KHAS Jember.<sup>78</sup>

Dalam proses menjaga citra lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember tentu memerlukan langkah maupun strategi yang harus dijalankan untuk menghindari adanya krisis yang dapat mengancam reputasi lembaga.

Krisis biasanya ditemui dari setelah adanya kegiatan-kegiatan kampus, dimana ada berita yang mungkin tidak faktual dan berimbang yang dimuat oleh media. Sehingga humas harus siap terhadap akan hal ini, humas berusaha menangani persoalan seperti itu dengan cepat dan tepat.

---

<sup>77</sup> Ibid.

<sup>78</sup> Munirotun Naimah, Diwawancara Oleh Penulis, Jember,.

Seperti yang diungkapkan oleh ibu munirotun selaku devisi pemberitaan, beliau menyampaikan bahwa :

Jadi ketika ada pemberitaan negatif terkait kampus, maka biasanya kami dari humas menghubungi media yang menerbitkan informasi tersebut, untuk memberikan klarifikasi tentang hal yang sebenarnya terjadi. Karena memang ketika berita negatif itu muncul tidak sesuai berdasarkan faktanya, ya ini sangat berdampak pada citra positif UIN KHAS Jember.<sup>79</sup>

Krisis yang tidak bisa ditebak kapan akan terjadinya krisis membuat humas harus pandai-pandai mensiasati segala bentuk aktivitas program-program yang diselenggarakan oleh pihak kampus. Karena jika terjadi suatu krisis pada suatu lembaga, maka humas akan menjadi garda utama yang harus siap menangani persoalan yang dapat membuat menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap kampus UIN KHAS Jember.

Ketika itu sudah terjadi kita menggunakan fungsi untuk mengimbangi informasi dan memberikan rele yang terjadi sebenarnya. Paling tidak ini menjadi data validitas terhadap publik untuk informasi yang sebenarnya terjadi. Humas akan berkordinasi dengan leding sektornya diwarek 3 untuk berkonfirmasi tentang masalah tersebut. Kemudian setelah itu sebagai kekuatan bahwa konfirmasi lanjut kepada rektor. Itu menjadi dasar untuk memberikan informasi dan menyampaikan kepada publik tentang hal sedang terjadi.<sup>80</sup>

Dengan begitu, krisis yang sempat muncul akan teralihkan dengan adanya beberapa informasi positif yang dapat mendukung serta memberikan manfaat kepada publik agar publik mengerti bahwa lembaga perguruan ini juga mempunyai kelebihan-kelebihan dari berbagai bidang.

---

<sup>79</sup> Ibid.

<sup>80</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 08 Mei 2024.

Dalam penanganan krisis, humas UIN KHAS Jember berupaya dengan sungguh-sungguh untuk menjaga citra institusi dari berbagai potensi ancaman yang dapat merusak reputasi lembaga. Meskipun krisis sulit diprediksi kapan akan terjadi, setiap kegiatan atau program kerja yang melibatkan nama lembaga tetap dapat diidentifikasi terkait dengan isu-isu yang muncul diberbagai waktu dan tempat. Tujuannya adalah untuk menghindari berita negatif yang dapat mengancam reputasi UIN KHAS Jember sebagai lembaga pendidikan tinggi.

### **C. Pembahasan dan Temuan**

Setelah mengumpulkan informasi berupa data yang dihasilkan dari proses wawancara, observasi serta dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis temuan-temuan penelitian sesuai dengan konsep teori yang sesuai dengan topik penelitian. Berikut ini adalah pemaparan hasil temuan dari proses penelitian sebagai berikut.

#### **1. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Publik Eksternal Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember**

Dalam menjalankan aktivitasnya, Humas UIN KHAS Jember bertugas memberikan pelayanan terbaik kepada publik eksternal dengan selalu memberikan informasi yang positif melalui berbagai media yang dimilikinya. Dengan demikian, hubungan yang harmonis antara humas dan publik eksternalnya akan terbentuk. Sehingga akan berdampak positif pada publik yang nantinya berperan penting terhadap reputasi lembaga.

Adapun program yang dibuat oleh UIN KHAS Jember untuk membantu memperkenalkan lembaga perguruan tinggi kepada para masyarakat publik eksternal untuk menjaga keharmonisan, membangun kerjasama dan menciptakan opini publik yang positif. Dengan melalui beberapa program, UIN KHAS Jember membuat program yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai berikut :

a. Memberikan Bantuan Dalam Kegiatan Masyarakat

Dalam hal ini UIN KHAS Jember membuat kegiatan vaksin pada tahun lalu pada saat corona berlangsung, kemudian juga ada layanan pemeriksa halal untuk masyarakat yang mempunyai usaha bidang makanan yang belum terverifikasi halal.<sup>81</sup> Kegiatan tersebut mendapatkan antusiasme yang tinggi dari para peserta, mengingat pada waktu itu vaksinasi menjadi persyaratan penting dalam berbagai keperluan umum.<sup>82</sup>

b. Menyelenggarakan Pasar Murah dan Pameran untuk masyarakat

UIN KHAS Jember juga pernah menyelenggarakan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, seperti pertunjukan seni, acara sholawatan, pameran seni dan bazar.<sup>83</sup> Kegiatan-kegiatan ini menunjukkan bahwa UIN KHAS Jember mampu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat sekitar,

<sup>81</sup><https://uinkhas.ac.id/berita/detail/lph-uin-khas-jember-adakan-sosialisasi-layanan-sertifikasi-halal-bagi-pelaku-usaha>.

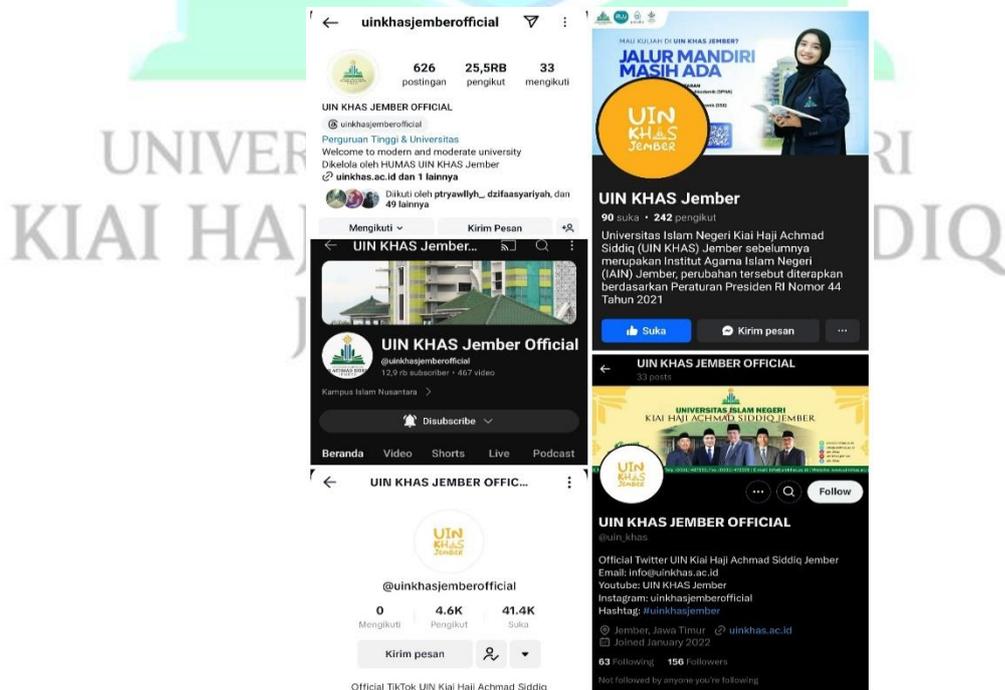
<sup>82</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

<sup>83</sup><https://uinkhas.ac.id/berita/detail/dwp-uin-khas-jember-menggelar-bazar-guna-menunjang-perekonomian-anggota>.

sehingga manfaat yang diberikan tidak hanya dirasakan oleh kalangan kampus, tetapi juga oleh masyarakat umum.

c. Menyelenggarakan acara kesenian atau panggung terbuka

Dalam proses menjalin hubungan kepada masyarakat, UIN KHAS Jember biasanya mengadakan acara yang sifatnya umum untuk masyarakat sekitar. Seperti diselenggarakannya acara gebyar seni yang diadakan oleh UKM komisi UIN KHAS Jember. Kesenian tersebut diperuntukkan kepada warga UIN KHAS dan juga para masyarakat jember yang menggemari dibidang seni untuk ikut bisa sama-sama melesterikan budaya daerah dan juga sebagai bentuk publikasi mahasiswa UKM komisi yang sudah menggeluti minatnya pada bidang seni itu sendiri.<sup>84</sup>



Gambar 4.2 Saluran Media UIN KHAS Jember.

<sup>84</sup><https://radarjember.jawapos.com/jember/791109907/ukm-komisi-uin-khas-gelar-pameran-gelombang-kumpulan-riak>.

Ada beberapa saluran media yang digunakan dalam publikasi segala bentuk program atau kegiatan UIN KHAS Jember yang harus diketahui oleh publik eksternalnya, diantaranya seperti Twitter, TikTok, IG, FB dan youtube. Media tersebut digunakan menjadi faktor penunjang publisitas humas dalam memberikan layanan serta informasi kepada khalayak publik untuk selalu menjaga citra positif UIN KHAS Jember. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak. Moh. Nur. Afandi bahwa :

Segala macam *platform* media kami siapkan dalam bentuk publisitas dalam humas UIN KHAS Jember untuk memberikan informasi terkait dunia kampus dengan tujuan masyarakat publik yang berada diluarsana yang jauh dari kampus diharapkan juga mengikuti perkembangan pada kampus UIN KHAS Jember. Sehingga UIN KHAS Jember tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar saja, melainkan juga masyarakat yang jauhpun mengenal kampus kita ini UIN KHAS Jember.<sup>85</sup>

Kegiatan humas bertujuan untuk mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan agar Kampus UIN KHAS Jember diterima dengan baik oleh masyarakat. Salah satu upaya untuk menjalin hubungan baik dengan publik adalah melalui iklan dan kegiatan umum. Selain mempromosikan lembaga, kegiatan ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dan juga manfaat bagi publik. Oleh karena itu, untuk mempengaruhi publik, perlu terlebih dahulu menyusun skema kegiatan kampus yang dapat melampaui kegiatan sebelumnya.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

<sup>86</sup> Ibid.

Humas UIN KHAS Jember berusaha meningkatkan citra lembaga melalui adanya MoU dan kegiatan yang mengharuskan kehadiran rektor atau pimpinan. Karena Humas UIN KHAS Jember juga termasuk dalam jaringan humas di Kabupaten Jember, setiap kegiatan atau undangan dapat diketahui melalui media yang dibuat oleh protokoler Kabupaten Jember.

Humas disini juga melakukan adanya keterlibatan media humas UIN KHAS Jember dengan pemerintah, namun jikalau sekiranya itu cukup untuk kami atasi sendiri masalah publisitas atau masalah apa, kami rasa tidak perlu. Tapi dalam menjalin hubungan antara kampus dengan pemerintah juga tidak harus diabaikan, harus juga diperhatikan guna sewaktu-waktu kita membutuhkan bantuan yang harus melibatkan pemerintah maka itu menjadi hal yang diperhitungkan. Maka humas ketika dapat undangan dari pemerintah kami usahakan untuk selalu datang agar kita juga tau perkembangan-perkembangan yang ada di Kabupaten Jember.<sup>87</sup>

Hubungan yang dibangun oleh Humas UIN KHAS Jember kepada Pemerintah ini merupakan bentuk upaya dalam rangka menjalin hubungan publik eksternal yang bertujuan untuk meningkatkan serta menjaga citra positif dimata pemerintah.

## **2. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Publik Internal Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember**

Dalam menjalankan relasi publik internal, UIN KHAS Jember berupaya untuk menciptakan kenyamanan serta efektivitas dalam proses aktivitasnya humas. Hubungan ini dibangun untuk menjalin kedekatan yang erat antara humas dengan publik internalnya agar dapat

---

<sup>87</sup> Ibid.

menumbuhkan kekompakan dalam membangun kerjasama yang positif di lingkungan lembaga UIN KHAS Jember. Menurut Bapak Moh. Nor. Afandi bahwa Lingkungan kerja yang nyaman akan meningkatkan semangat kerja dan kekompakan tim dapat mendorong kemajuan serta mengembangkan lembaga melalui ide-ide baru.<sup>88</sup>

Dalam menjalin hubungan yang baik pada pihak internal, humas menanamkan sistem kepemimpinan kolektif kolegial terhadap anggota timnya. Hal ini bermaksud agar antara kepala humas dengan rekan kerja yang lainnya merasa sama-sama berkerja sama rata. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Moh. Nor afandi yaitu :

“Ya saya memakai sistem kolegial dalam menjalin hubungan antara saya dengan temen-temen yang lain, seperti dalam suatu pekerjaan saya selaku pimpinan juga bisa bekerja seperti mereka, jika mereka lembur saya juga pun bisa lembur. Baru jika ada kaitannya dengan kebijakan ya tetap saya menghadirkan saya sebagai kepala. Kalau untuk segi tugas atau pekerjaan ya tetap saya menyesuaikan dengan mereka, dalam artian saya tidak macak sebagai orang yang diatas, tapi juga saya turun kebawah, untuk kebersamai temen-temen. Kan juga biasanya temen-temen juga butuh adanya pendampingan ketika bertugas. Kemudian juga saya tidak menganggap atasan dan bawahan. Tapi konsep komunikasi yang saya bangun adalah konsep kolektif kolegial.”<sup>89</sup>

Selain itu, kepala humas juga menerapkan sistem program kegiatan yang menunjang dalam melakukan tugasnya sebagai berikut :

a. Program Pendidikan dan Pelatihan

Humas UIN KHAS Jember melaksanakan kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi timnya untuk mendukung aktivitas

---

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 12 Juni 2024, n.d.

pekerjaan yang memerlukan peningkatan keterampilan teknis dan pengembangan sumber daya manusia secara berkelanjutan. Program ini pernah dilakukan di Desa Senduro Lumajang dengan teman-teman media yang sudah kerjasama dengan UIN KHAS Jember.<sup>90</sup> Dengan upaya ini, tidak ada alasan bagi tim untuk tidak berkembang atau bersaing dengan pihak lain, karena seluruh kegiatan yang mendukung peningkatan kinerja tim telah diimplementasikan.

b. Program Acara Khusus

Dalam program ini, humas UIN KHAS Jember mengadakan kunjungan bersama ke tempat media ataupun juga ke tempat wisata yang mana program ini dalam rangka untuk merefresh otak agar tidak jenuh dalam bekerja. Dalam program acara khusus ini biasanya humas UIN KHAS mengadakan kunjungan ke JTV Jember untuk mempelajari ilmu terkait media atau berbagi pengalaman seputar dunia media. Selain itu, tim humas juga melakukan kegiatan ngafe bareng untuk menyegarkan pikiran.<sup>91</sup>

c. *Gathering*

Humas UIN KHAS Jember juga menciptakan kenyamanan bagi timnya untuk merefleksikan berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan melalui *Gathering*.<sup>92</sup> Dengan adanya kegiatan ini, dikhususkan kepada humas beserta timnya untuk bisa membangun

<sup>90</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis.

<sup>91</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

<sup>92</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis.

kedekatan emosional diantara keduanya. Sehingga dengan kedekatan inilah yang akan menciptakan sinergi yang mampu meningkatkan motivasi dan kinerja tim dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Hubungan komunikasi yang dibangun oleh Kepala Humas, Bapak Moh. Nur Afandi, akan mempengaruhi bagaimana anggota timnya bekerja sesuai dengan arahan pimpinan yang sejalan dengan tujuan UIN KHAS Jember, yaitu menjaga dan meningkatkan citra lembaga perguruan tinggi tersebut.

Dalam menjalin hubungan antara humas dengan pemangku saham, Kepala Humas biasanya melaksanakan tugasnya tanpa mempertimbangkan imbalan yang akan diperoleh. Oleh karena itu, setiap instruksi dari pemangku kepentingan segera ditindaklanjuti oleh humas.

Hal ini disadari karena pekerjaan humas cukup berat, mengingat segala bentuk permasalahan terkait kampus akan diarahkan ke humas. Bahkan, dalam pelaksanaan tugasnya, humas terkadang bekerja hingga 23 jam. Jadi sebagai humas menunjukkan loyalitas tinggi terhadap instruksi yang diberikan oleh pemangku kepentingan, yaitu rektor, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Moh. Nur Afandi.

“Tentu membentuk citra baik perguruan tinggi memanfaatkan media juga membranding pimpinan, kita publikasikan kepada khalayak umum bahwa tujuannya adalah agar muncul ketertarikan dan muncul image baik dari perguruan tinggi UIN KHAS jember dan juga bisa kemudian orangtua mengkuliahkan anaknya ke UIN KHAS jember.”<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis, Jember, 12 Juni 2024.

Dengan demikian, hubungan yang dibangun untuk menjaga citra akan lebih terjaga melalui komunikasi yang erat antara humas dan pemangku saham.



Gambar 4.3 Proses Kegiatan Humas UIN KHAS Jember.

Adanya kegiatan Pelatihan, Kunjungan dan *Gathering* ini menjadi bentuk dari upaya humas dalam menjalankan relasi internal guna untuk mencapai apa yang menjadi tujuan kampus yaitu menjaga serta mempertahankan citra positif pada perguruan tinggi UIN KHAS Jember.

### 3. Peran Humas Dalam Menjalankan Relasi Media Untuk Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember

Dengan adanya fenomena yang terjadi pada lembaga perguruan UIN KHAS jember, memberikan pengaruh terhadap reputasi lembaga. Hal ini dilihat dari opini publik yang negatif ketika ada berita tersebut viral dimedia.

Berkaitan dengan isu yang sering muncul dalam setiap kegiatan, maka humas UIN KHAS Jember harus selalu waspada dari isu-isu tersebut. karena isu yang tidak ditangani dengan baik akan menjadi sebuah krisis yang bisa berdampak pada reputasi lembaga perguruan yaitu menurunnya *grade* kepercayaan publik. Seperti yang terjadi pada tahun yang kemarin, UIN KHAS Jember viral gara-gara video mahasiswa yang berjoget dimasjid, citra nama kampus yang baru saja bertransformasi dari iain menjadi UIN disitulah letak ancaman krisis yang dapat menurunkan *grade* kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perguruan tinggi di UIN KHAS Jember. Dengan munculnya video yang viral tersebut, dapat menggiring opini publik untuk memberikan komentar-komentar yang negatif.

**suara jember**

**NEWS**

**Viral Video Mahasiswa UIN Joget Berjemaah Lagu 'Ojo Dibandingke', Diduga di Dalam Masjid, Warganet Miris**

Galih Prasetyo | Elvariza Opita

Kamis, 25 Agustus 2022 | 19:14 WIB

**Komentar**

Teratas Terbaru

@ponbid1986 · 1 thn lalu  
Menurut saya UIN Jember lepaskan saja embel2 islamnya. Jadi universitas jember saja. Sangat sangat tidak layak dan tak beradab

@khadzifaifuddin1346 · 1 thn lalu  
Baru aja naik jadi UIN bukannya menjaga nama baik. Malah diperparah

1 balasan

Teratas Terbaru

@banglekan8201 · 1 thn lalu  
Untung anak saya g kuliah di UIN JEMBER.

@hendraslamet4285 · 1 thn lalu  
Maaf walau misal masjidnya belum jadi atau gimanapun, saya sebagai alumni IAIN JEMBER ATAU UINKHAS sekarang, sangat menyayangkan kejadian ini, malu betul melihatnya. Lihat tempat lah kalau mau joget2. Jangankan joget2 nyanyi macam itupun tak layak. Memalukan.

@sundokowhae · 1 thn lalu  
Kirain HOAX, ternyata BENAR berita ini...  
BUKAN MIRIS LAGI = S A N G A T M E M A L U K A N...!!!  
GENERASI/MAHASISWA ISLAM, JEMBER LAGI, KOQ SEPERTI INI...???  
MAKIN GAK KARU2-AN  
"Koq NGGATHELI ngono Mahasiswane, beritanya ternyata juga dihadiri Rektor dan Dosen"  
PARAH KWADRAT  
SAYA YANG ASLI JEMBER, MALU MELIHAT YANG SEPERTI INI, MALU...!!!



Gambar 4.4 Fenomena Ancaman Krisis Melalui *Media Relation*.

Dengan berbagai macam isu yang dapat mengancam reputasi lembaga, humas berupaya dengan sigap memberikan penanganan terhadap berita yang beredar saat itu yaitu dengan menjalankan program humas yaitu *media relation*. Ancaman krisis yang disebabkan adanya fenomena yang terjadi pada lembaga UIN KHAS Jember sempat menjadi perbincangan warganet yang heboh pada berita tersebut. namun, waktu sudah dapat diatasi dengan baik oleh Bapak Moh. Nor Afandi selaku kepala humas UIN KHAS Jember.

Dalam proses menjalin hubungan antara humas dengan media, humas UIN KHAS Jember menggunakan salahsatu bentuk *media relation* yaitu

a. Konferensi Pers

Konferensi pers dilaksanakan oleh humas ketika lembaga mempunyai data informasi baru yang ingin disampaikan kepada awak media. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan publisitas dengan jangkauan yang lebih luas serta informasi yang akurat serta berimbang. Namun selain itu, konferensi pers dilaksanakan ketika terjadi sebuah krisis yang menimpa lembaga. Seperti pada tahun lalu lembaga UIN KHAS Jember telah digegerkan adanya fenomena joget dimasjid, dengan begitu kepala humas langsung mengumpulkan berbagai media untuk memberikan pernyataan terkait berita tersebut muncul di jagat media.<sup>94</sup>

b. *Media Gathering*.

Hal ini dilakukan guna untuk memperkuat hubungan yang dibangun oleh humas UIN KHAS Jember dengan pihak media. Tidak hanya sebagai untuk sekedar refleksi saja, melainkan untuk menciptakan kedekatan secara emosional yang harus ditumbuhkan sebagai bentuk jalinan hubungan yang harmonis.

Dengan demikian humas UIN KHAS Jember dapat menggunakan media massa untuk mempengaruhi masyarakat dalam membangun citra positif lembaga dan membentuk opini publik. Selain itu, menjalin hubungan yang baik dengan media dapat memudahkan

---

<sup>94</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis.

lembaga dalam meluruskan berita negatif yang telah beredar dimasyarakat.

Menurut Bapak. Moh. Nur Afandi bahwa Hubungan dengan media berfungsi sebagai alat dan pendukung kerjasama dalam proses publikasi dan publisitas untuk mendukung aktivitas komunikasi humas dengan publik.<sup>95</sup> Dengan menjaga hubungan baik dengan media dan pers, lembaga UIN KHAS Jember dapat mengontrol, mencegah dan meminimalisir penyebaran berita negatif atau informasi yang keliru tentang lembaga pada media massa.



**UIN KHAS JEMBER PERKUAT SINERGI DENGAN MEDIA MASSA**

70 x ditonton 3 bln lalu #JEMBER1TV ...selengkapnya

Gambar 4.5 UIN KHAS Jember kerjasama dengan Media.

*Media Relation* adalah komunikasi dan keterbukaan.

Komunikasi yang terjalin baik, baik saat acara maupun diluar acara, akan mempererat hubungan dengan media. Humas UIN KHAS jember telah bekerjasama dengan 10 media yang dibangun untuk membentuk satu visi lembaga dalam meningkatkan dan menjaga citra positif lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember.

<sup>95</sup> Moh. Nur Afandi, Diwawancara Oleh Penulis.

Adapun media yang bekerjasama dengan humas UIN KHAS

Jember diantaranya yaitu :

- a. Kompas TV
- b. FTV
- c. JTV Jember
- d. Jember1 TV
- e. Radar Jember
- f. Area News
- g. Suara Indonesia
- h. Times Indonesia
- i. Portal Jatim
- j. Ketik.co.id<sup>96</sup>

Dengan memperkuat sinergi antara humas dengan media,

diharapkan segala bentuk informasi positif dari kampus UIN KHAS

Jember bisa dipublik dengan sebaik-baiknya.

Melalui berbagai media, humas UIN KHAS Jember menjalin

kerja sama dengan memberikan MoU kepada pihak media, untuk

memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan. Kolaborasi ini

bertujuan untuk menyajikan pemberitaan positif tentang institusi,

sehingga informasi yang disampaikan oleh media dapat membangun

citra positif UIN KHAS Jember sebagai lembaga pendidikan tinggi.

---

<sup>96</sup> Abdul Hakim, S.Sos Diwawancarai Oleh Penulis.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Upaya yang dilakukan oleh Humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra lembaga perguruan tinggi meliputi berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mempererat hubungan dengan masyarakat. Beberapa diantaranya adalah partisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat, pemberian bantuan, penyelenggaraan pasar murah bagi masyarakat sekitar, pameran, serta acara kesenian atau panggung terbuka. Semua kegiatan ini dirancang untuk memperkuat citra positif kampus dikalangan masyarakat luas.

Sementara itu, dalam menjalankan relasi publik internal, Humas UIN KHAS Jember berfokus pada peningkatan kualitas hubungan antar anggota lembaga melalui beberapa program. Program acara khusus seperti piknik bersama yang bertujuan untuk membangun kebersamaan. Selain itu, humas juga menyelenggarakan kajian dan pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja, keterampilan, serta kualitas para karyawan. *Gathering* juga diadakan untuk mempererat hubungan antar anggota lembaga serta menjaga silaturahmi.

Dalam hal menjaga relasi dengan media, Humas UIN KHAS Jember melakukan berbagai strategi, termasuk menyelenggarakan konferensi pers

ketika terdapat informasi baru yang ingin disampaikan kepada publik melalui media massa. Konferensi pers ini bertujuan untuk mendapatkan publisitas yang lebih luas dan memastikan informasi yang disampaikan akurat dan berimbang. Selain itu, *media gathering* juga diadakan dalam bentuk jamuan makan siang antara pejabat humas dan perwakilan media, memungkinkan terjadinya interaksi dengan top manajemen untuk mendiskusikan perkembangan terbaru yang terjadi di lembaga tersebut.

## **B. Saran**

1. Perlu lebih mengikuti perkembangan tren yang sedang viral yang bisa diterapkan dalam proses menjalankan fungsi *Public Relation* untuk lebih meningkatkan citra lembaga perguruan tinggi UIN KHAS Jember.
2. Perlu melakukan analisis menyeluruh terhadap semua kegiatan yang diadakan dan melakukan evaluasi terhadap setiap kegiatan yang dilakukan di lingkungan kampus.
3. Selalu *Upgrade Skill* untuk meningkatkan sumber daya manusia dibidang Humas bertujuan untuk mencegah terjadinya tumpang tindih tugas sehingga kegiatan *media relation* dapat dilaksanakan dengan profesional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barus, I. S.. Strategi *Media Relation* Humas Dalam Meningkatkan Hotel Polonia Medan (*Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area), (2018)
- Linggar Anggoro M. Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia. Bumi Aksara, 2001.
- Azis, Abdul. Strategi *Media Relation* Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai Sarana Informasi Publik. *Undergraduate (SI) thesis*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (2018)
- Mohd Ariffin, Yahya Mohamed, Jessica Ong Hai Liaw, Zahimi Zainol Abidin, Noor Azmi Mohd Zainol, & Mohammad Daud Johari. "The Importance of *Media Relations Resources in Malaysia.*" *The Social Sciences*, 2016.
- Fattah Abdul Metode Penelitian Kualitatif, 2023.
- Cardwell, Lea Anna, Sean Williams, & Andrew Pyle. "Corporate Public Relations Dynamics: Internal vs. External Stakeholders and the Role of the Practitioner." *Public Relations Review* 43, (2017)
- Damayanti, Ine Cahya & Dewi K Soedarsono. "Efektivitas Fungsi Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT Telkomsel Regional Jawa Barat," 2011.
- Darmastuti, Rini. *Media Relations: Konsep, Strategi, Dan Aplikasi*. Andi, 2012.
- Dewi, Mutia. "Media Relations 2.0." *Jurnal Komunikasi* 7, (2012)
- Jauhari Minan, S.Sos.I., M.Si. *Cyber Public Relations Jilid 2*. Cetakan I. LP3DI Press, 2021.
- Syafrida Metodologi Penelitian, 2021.

- Sitepu Edy Sahputra *Professional Public Relations*, 2012.
- Effendi, Onong Uchjana, and Tjun Surjaman. *Dinamika Komunikasi*. Remadja Karya, 1986.
- Hidayat, Dasrun. "Media Public Relations." *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 2014.
- Iriantara, Yosol, and S. Rema Karyanti. *Media relations: Konsep, pendekatan dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Jefkins, Frank. "Public Relations Edisi Keempat." *Jakarta: Erlangga*, 1992.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti, 2003.
- Komarudin. "Peran Media Relation Dalam Meningkatkan Citra PT. Mizan Publika." skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.
- McQuail, Denis. "Teori komunikasi massa." (2011).
- Muhammad, Arni. "Komunikasi organisasi." (2004).
- Nurjanah, Adhianty. "Public Relations & Media Relations (Criticism On The Envelope Culture In Media Relations Of Educational Institutions In Yogyakarta) Adhianty Nurjanah Wulan Widyasari Frizki Yulianti Nurnisya Department of Communication Science Universitas Muhammadiyah Y," 2017.
- Nurudin, Nurudin. *Hubungan Media Konsep Dan Aplikasi*. Rajagrafindo Persada, 2008.
- Oktavianingsis, T. "Peran Humas Lembaga Negara Dalam Menjaga Reputasi Organisasi." *Jakarta. Universitas Indonesia*, 2012.

- Michael Patton Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods 3rd Edition / Michael Quinn Patton*. 3rd ed. SAGE Publication, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-1 September 2019. Alfabeta, cv, 2019.
- Effendy Onong Uchjana,. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung, Remaja Rosdakarya, 2009.
- Inga Pure,. "Public Relations as Management Function at Universities." *Regioninès Studijos*, no. 5 (2010).
- Anugrah Chandra & Putra,. "Pemanfaatan Teknologi Gadget Sebagai Media Pembelajaran: Utilization of Gadget Technology as a Learning Media." *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2017).
- Rosady Ruslan. "Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi," 2012.
- Saputra & Wahidin. *Public Relations 2.0, Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber 2010*, 2011.
- Yana Sari & Anuar Rasyid. "Efektivitas Media Relations PT Riau Andalan Pulp And Paper Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Di Provinsi Riau." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 5, Nomor, Undang-undang Republik Indonesia. "tahun 1961 tentang Perguruan Tinggi." Pekanbaru: Penerbit Hawa dan Ahwa (22).
- Vivian, John, and Peter J. Maurin. *The media of mass communication*. Toronto, ON, Canada: Pearson Canada, 2012.

Wardhani Diah. “*Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi.*”

Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Sandyakala, Mutiara Cendekia. "Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan

Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal At-Tadbir* 30.2 (2020)

<https://uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-uin-khas-jember>

<https://kbbi.web.id/citra> “Arti Kata Citra - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Online.”

[https://uinkhas.ac.id/berita/detail/dwp-uin-khas-jember-menggelar-bazar-guna-menunjang-perekonomian-anggota.](https://uinkhas.ac.id/berita/detail/dwp-uin-khas-jember-menggelar-bazar-guna-menunjang-perekonomian-anggota)

[https://uinkhas.ac.id/berita/detail/lph-uin-khas-jember-adakan-sosialisasi-layanan-sertifikasi-halal-bagi-pelaku-usaha.](https://uinkhas.ac.id/berita/detail/lph-uin-khas-jember-adakan-sosialisasi-layanan-sertifikasi-halal-bagi-pelaku-usaha)

[https://uinkhas.ac.id/berita/detail/sebanyak-6391-calon-mahasiswa-memilih-uin-khas-jember-pada-jalur-seleksi-nasional-um-ptkin.](https://uinkhas.ac.id/berita/detail/sebanyak-6391-calon-mahasiswa-memilih-uin-khas-jember-pada-jalur-seleksi-nasional-um-ptkin)

<https://uinkhas.ac.id>. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

<https://www.detik.com/jatim/berita/d-6255918/viral-mahasiswa-joget-lagu-ojo-dibandingke-di-masjid-uin-khas-jember>

<https://quran.kemenag.go.id/quran/perayat/surah/2?from=222&to=222>

<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/49?from=10&to=18>

<https://deras.id/lantaran-beban-tugas-kuliah-yang-berat-mahasiswa-uin-khas-jember-nekat-mencoba-bunuh-diri/>

<https://radarjember.jawapos.com/jember/791109907/ukm-komsi-uin-khas-gelar-pameran-gelombang-kumpulan-riak>

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Trio Ade Saputra  
NIM : 201103010008  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Fungsi *Public Relation* Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang dicantumkan beserta sumbernya.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari pihak siapapun.

Jember, 23 Oktober 2024  
Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**Trio Ade Saputra**  
NIM. 201103010008

### Matrik Penelitian

Judul	Fokus Penelitian	Variabel	Indikator	Metode Penelitian	Gap Penelitian	Sumber Data
<p><b>Fungsi <i>Public Relation</i> Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di UIN KHAS Jember</b></p>	<p>1. Bagaimana humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik eksternal untuk menjaga citra pada lembaga perguruan tinggi? 2. Bagaimana humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi publik internal untuk menjaga citra pada lembaga perguruan tinggi? 3. Bagaimana humas UIN KHAS Jember dalam menjalankan relasi media untuk menjaga citra pada lembaga perguruan tinggi?</p>	<p>1. Fungsi <i>Public Relation</i></p>	<p>- Komunikator - <u>Mediator</u></p>	<p>1. Jenis Penelitian : Kualitatif 2. Lokasi Penelitian : Humas UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 3. Teknik Pengumpulan Data: Wawancara, observasi, dokumentasi 4. Analisis Data (miles and huberman): Kondensasi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi 5. Keabsahan data : Triangulasi sumber, triangulasi teknik 6. Tahapan penelitian: Tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap analisis data</p>	<p>Hubungan yang terjalin antara Humas dan media pada dasarnya saling berkaitan dan saling menguntungkan. Akan tetapi mengapa media massa bisa menjadi pengaruh negatif terhadap suatu lembaga</p>	<p>1. Data Primer - Dr. Moh Nor Afandi, M.Pd.I (Kepala HUMAS UIN KH. Achmad Siddiq Jember) - Munirotnu Na'imah, S.Pd. (Divisi Pemberitaan) - Abdul Hakim, S.Sos (Event Organizer) 2. Data Skunder - Jurnal - Buku</p>

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Pedoman Observasi

Judul : FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MENJAGA CITRA LEMBAGA PERGURUAN TINGGI DI UIN KHAS JEMBER

1. Melihat sarana dan prasarana yang digunakan oleh HUMAS UIN KHAS Jember.
2. Mengamati media online dan offline yang digunakan oleh HUMAS UIN KHAS Jember dalam menjaga citra perguruan tinggi

### B. Pedoman Wawancara

1. Narasumber I
  - a. Bagaimana humas dalam menjalankan relasi publik eksternal?
  - b. Seperti apa bentuk hubungan dalam menjalankan relasi publik eksternal?
  - c. Strategi apa yang digunakan agar hubungan relasi public eksternal tetap terjaga dengan baik ?
  - d. Bagaimana bentuk dukungan positif dari masyarakat terhadap lembaga UIN KHAS jember?
  - e. Bagaimana masyarakat memberikan kritik dan masukan terhadap UIN KHAS jember
  - f. Apakah ada wadah alumni UIN KHAS jember untuk memberikan kontribusinya dalam menjaga citra lembaga
  - g. Apa bentuk kontribusi alumni UIN KHAS jember dalam meningkatkan citra lembaga
  - h. Apa yang keunggulan uin terhadap masyarakat sekitar yang bisa mempengaruhi masyarakat dalam ikut serta memberikan dukungan menjaga serta meningkatkan citra lembaga UIN KHAS jember
  - i. Apakah uin pernah melibatkan influencer dalam melakukan kegiatan aktivitasnya khususnya perihal promosi.

- j. Bagaimana peran humas ketika ada yang memberikan kritikan terhadap UIN KHAS Jember

## 2. Narasumber II

- a. Bagaimana humas dalam menjalankan relasi publik internal?
- b. Seperti apa bentuk hubungan dalam menjalankan relasi publik internal?
- c. Strategi apa yang digunakan agar hubungan internal tetap terjaga dengan baik ?
- d. Apa strategi yang dilakukan oleh Humas dalam ketika terjadi sebuah krisis pada kampus ?
- e. Bagaimana peran humas dalam mensiasati adanya berita negatif terhadap kampus?
- f. Bagaimana langkah yang diambil ketika terjadi sebuah permasalahan dalam hubungan internal?
- g. Apa saja hambatan utama yang pernah Anda alami dalam menjalin hubungan yang baik dengan publik internal?
- h. Bagaimana upaya Humas UIN KHAS Jember menjaga citra agar tetap baik dimata publik?
- i. Bagaimana peran humas dalam memberikan pelayanan terhadap atasan atau pemangku kepentingan kampus
- j. Apa langkah-langkah yang dilakukan untuk meningkatkan mutu dalam menjalankan aktivitas humas?

## 3. Narasumber III

- a. Bagaimana humas dalam menjalankan relasi dengan media?
- b. Seperti apa bentuk hubungan dalam menjalankan relasi dengan media?
- c. Strategi apa yang digunakan agar hubungan relasi publik tetap terjaga dengan baik ?
- d. Apa strategi yang bisa dilakukan oleh media untuk mengurangi dampak pemberitaan negatif?

- e. Media apa saja yang digunakan dalam publisitas kampus UIN KHAS Jember?
- f. Bagaimana hubungan media kampus dengan media massa yang ada di jember?
- g. Apa saja hambatan utama yang pernah Anda alami dalam menjalin hubungan yang baik dengan media?
- h. Bagaimana upaya Humas UIN KHAS Jember menjaga citra agar tetap baik dimata publik?
- i. Bagaimana Anda menangani feedback negatif dari media sosial dan platform online lainnya untuk menjaga citra perusahaan tetap positif?
- j. Bagaimana humas menjaga kekompakan tim untuk selalu produktif dalam menjalankan progam-progam humas

### **C. Pedoman Dokumentasi**

1. Sejarah UIN KH. Achmad Siddiq Jember
2. Visi dan Misi UIN KH. Achmad Siddiq Jember
3. Struktur Organisasi HUMAS UIN KH. Achmad Siddiq Jember
4. Dokumentasi media HUMAS
5. Foto saat penelitian

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

**JURNAL PENELITIAN**  
**FUNGSI PUBLIC RELATION DALAM MENJAGA CITRA LEMBAGA**  
**PERGURUAN TINGGI DI UIN KHAS JEMBER**

<b>NO</b>	<b>TANGGAL</b>	<b>KEGIATAN</b>
1	22 Oktober 2023	Pengajuan Judul Skripsi
2	15 November 2023	Divalidasi Oleh DPA
3	6 Desember 2023	Penyerahan Surat Tugas Sekaligus Bimbingan
4	13 Desember 2023	Bimbingan Penyusunan Laporan
5	21 Desember 2023	Ujian Seminar Proposal
6	7 Maret 2024	Revisi Proposal
7	20 Maret 2024	Bimbingan Skripsi
8	7 April 2024	Bimbingan Skripsi
9	7 Mei 2024	Menyerahkan Surat Penelitian Sekaligus Wawancara
10	14 Mei 2024	Penelitian
11	10 Juni 2024	Penelitian
12	20 Juni 2024 – 9 Oktober 2024	Bimbingan Skripsi
13	23 Oktober 2024	ACC Skripsi

Jember, 23 Oktober 2024  
Yang Menyatakan



**Trio Ade Saputra**  
**NIM. 201103010008**



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](mailto:fakultasdakwah@uinkhas.ac.id) website <http://dakwah.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B.Y4S.3/Un.22/6.a/PP.00.9/ /o /2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

7 Mei 2024

Yth.

Kepala HUMAS UIN KHAS Jember

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Trio Ade Saputra  
NIM : 201103010008  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : VII (delapan)

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

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Fungsi Public Relation Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di UIN KHAS Jember"

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 SELESAI PENELITIAN**  
B-168/Un.22/1/HM.00.3/10/2024

Yang bertandatangan di bawah ini :

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

Jabatan : Kepala Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei

Menerangkan bahwa :

Nama : Trio Ade Saputra

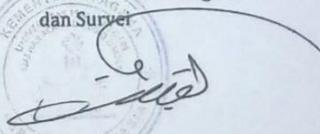
Nim : 201103010008

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah melaksanakan penelitian di Pusat Data Informasi Kelembagaan dan Survei UIN KHAS Jember mulai 07 Mei sampai dengan 12 Juni 2024 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas akhir Skripsi dengan judul "Fungsi Public Relation Dalam Menjaga Citra Lembaga Perguruan Tinggi Di UIN KHAS Jember".

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Jember, 08 Oktober 2024  
Kepala Pusat Data,  
Informasi Kelembagaan  
dan Survei



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



## DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Wawancara Kepada Bapak Moh. Nor Afandi, M.Pd.I  
(Kepala HUMAS)



Gambar 2. Wawancara Kepada Ibu Munirotun Naimah, S.Pd  
(Divisi Pemberitaan)



Gambar 3. Wawancara Kepada Bapak Abdul Hakim, M.Sos.  
(Devisi Event Organizer)



Gambar 4. Wawancara Kepada Bapak Moh. Nor Afandi, M.Pd.I  
(Kepala HUMAS)



Gambar 5. Lokasi Penelitian HUMAS UIN KHAS Jember

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

## BIODATA PENULIS



Nama : Trio Ade Saputra  
NIM : 201103010008  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 10 Oktober 2001  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember  
No. Telp. : 085235060901  
E-Mail : trioadetrioade@gmail.com  
Alamat : Dusun Krajan Desa Kesilir Kec. Wuluhan Kab.

Jember

## RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 03 Kesilir Wuluhan
2. MTs : MTs Al – Amien Sabrang Ambulu
3. MA : MA Ma’arif Ambulu
4. Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember