



**STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

OLEH

MASDELIMA

NIM. 1830100026

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiran Islam*

Oleh:

MASDELIMA

NIM.1830100026

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh:

MASDELIMA

NIM. 1830100026


PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

PEMBIMBING I



Dr. Sholeh Fikri, M. Ag
NIP 196606062002121003

PEMBIMBING II



Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I
NIP 199104172019032007

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Skripsi

an. Masdelima

Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 16 Mei 2023

Kepada Yth:

Dekan FDIK

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Di:

Padangsidimpuan

Assamu'alaikum Wr.Wb

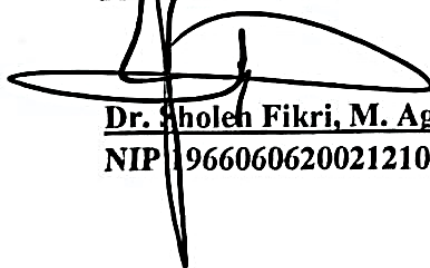
Dengan membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan sebelumnya terhadap skripsi a.n Masdelima yang berjudul: "**Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidimpuan**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Sholeh Fikri, M. Ag
NIP 196606062002121003

PEMBIMBING II



Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I
NIP 199104172019032007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Masdelima
NIM : 18 301 00026
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan
Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra
Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota
Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 kode etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 17 April 2023
Pembuat Pernyataan



MASDELIMA
NIM: 18 301 00026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Masdelima
NIM : 18 301 00026
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma’had Al-Jami’ah Di Masyarakat Kota Padangsidimpuan”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :
Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 17 April 2023
Yang menyatakan,



MASDELIMA
NIM, 18 301 00026

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Masdelima
Tempat/Tgl Lahir : Sitorbis, 05 Maret 2000
Nim : 1830100026
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Komunikasi dan
Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya:

- 1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.**
- 2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.**

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperti halnya.

Padangsidempuan, 17 April 2023

Yang Membuat Pernyataan



MASDELIMA
NIM. 18 301 00026



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padang Sidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Masdelima
Nim : 1830100026
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan

Ketua,



Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
NIP 196606062002121003

Sekretaris,



Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I
NIP 199104172019032007

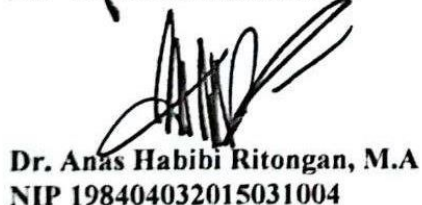
Anggota



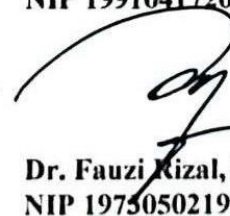
Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
NIP 196606062002121003



Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I
NIP 199104172019032007



Dr. Anas Habibi Ritongan, M.A
NIP 198404032015031004



Dr. Fauzi Rizal, M.A
NIP 197305021999031003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin, 17 April 2023
Pukul : 11.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 81,5 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif :
Predikat :



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 372/Un.28/F.5a/PP.00.9/05/2023

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT KOTA PADANGSIDIMPUAN

NAMA : MASDELIMA
NIM : 1830100026
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, 13 Mei 2023

Dekan,


Magdalena, M.Ag.
NIP. 197403192000032001

ABSTRAK

Nama : Masdelima

Nim : 1830100026

Judul : Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan.

Penelitian ini dilatarbelakangi fakta bahwa Ma'had Al-Jami'ah merupakan salah satu program unggulan dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang harus mempertahankan citranya melalui pemberitaan yang positif kepada masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam mempertahankan citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidempuan dan apa faktor yang menjadi pendukung dan pengahambat humas dalam membangun citra positif.

Teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori citra. Citra adalah reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dan juga merupakan sebagai persepsi konsumen terhadap perusahaan atau organisasi. Humas menggunakan dua tehnik untuk mempengaruhi khalayak dalam menyampaikan informasi yakni *Redudancy* dan *Canalizing*.

Penelitian ini dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendapatkan data-data dalam menjawab rumusan masalah yang telah diputuskan. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dokumentasi dan observasi langsung kepada pihak humas.

Hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa humas atau hubungan masyarakat menggunakan Strategi *Publication* menyebarkan informasi melalui media sosial untuk membangun *Personal Branding (Redudancy)*, strategi marketing, dan strategi humas dalam promosi lapangan. Media sosial yang digunakan humas seperti *Istagram, Youtobe, Facebook, Website, dan Tik Tok*. Kemudian strategi marketing membina hubungan dengan pihak luar yakni dengan pemerintah daerah kota Padangsidempuan dengan Mou, kemudian, Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara, Pemerintah Kabupaten Padang Lawas, dan Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal, tentunya bekerjasama dalam meningkatkan mutu pendidikan, baik segi bangunan, magang mahasiswa, tempat penelitian dan lain sebagainya. Selain itu humas juga menyebarkan brosur, spanduk, dan baliho untuk menyampaikan informasi. Serta bekerjasama dengan media cetak maupun online untuk melakukan perluasan dan pengembangan berita terkait Ma'had Al-Jami'ah. Humas menyebarkan informasi melalui media cetak pada saat ada event-event tertentu, media cetak yang digunakan seperti Metro Tabagsel, Waspada, Mimbar Umum, Realitas, Medan Bisnis, Harian Sembilan, Antara, dan Analisisdaily.com. Humas juga menggunakan strategi sosialisai atau promosi lapangan dengan melakukan pendekatan secara person atau terjun langsung kelapangan seperti ke SMA, SMK, MAN dan Pondok Pesantren.

Kata Kunci: Strategi Humas, Citra Positif, Ma'had Al-Jami'ah

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaykum Wr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah dengan karunia dan hidayah-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma’had Al-Jami’ah Di Masyarakat Kota Padangsidimpuan”** dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan yang disebabkan keterbatasan referensi yang relevan dengan pembahasan dalam penelitian ini dan masih minimnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Namun berkat hidayah-Nya serta bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, dan Bapak Dr. Anhar, MA selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, serta Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, dan Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Terkhusus Bapak Dr. Sholeh Fikri, M. Ag selaku Pembimbing I dan Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I selaku Pembimbing II yang telah bersedia dengan tulus untuk membimbing, mendorong dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiran Islam Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I dan seluruh Bapak dan Ibu Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak membantu penulis saat menjalani kuliah dan menyusun skripsi ini.
5. Bapak Sukerman, S.Ag selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi serta stafnya yang telah memberikan pelayanan Akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S. S, M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan izin dan layanan perpustakaan yang diperlukan selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membimbing, mendidik, memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
8. Kepada bapak Ratonggi M.A selaku Kasubbag (Koordinator) dan seluruh Staf Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang sudah membantu penulis dalam mendapatkan informasi terkait skripsi ini.
9. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada segenap civitas akademik FDIK Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan mulai Dekan, Wakil Dekan, Kabag, Kasubbag, Kajur, Dosen, Staf Ahli dan Bagian Umum yang telah memberikan ilmu selama proses belajar, support, bimbingan dan arahan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan tahap akhir peneliti yaitu dalam penyusunan skripsi ini .
10. Teristimewa kepada Ayahanda saya yang selalu kurindukan (Alm. Makmur Siregar) dan Ibunda (Bainur Batubara) tercinta yang selalu menemani pertumbuhanku, dan sudah mendidik, mengasuh penulis sehingga dapat melanjutkan program S1 dan selalu memberikan

keridhoan hati serta do'a, memberi semangat, dan dukungan serta memberikan bantuan moral dan materil kepada penulis sampai skripsi ini selesai. Semoga ayah dan ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.

11. Kepada Abang penulis Julman Siregar, Darmin Siregar, Edi Amsyah Siregar, Syahril Siregar, Ramlan Siregar, dan Kakak penulis Alm. Hotriana Siregar, Erma Wati Siregar, Masnidar Siregar, Fitri Mariani Siregar, yang telah memberikan dukungan dan nasehat penuh kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini dan tentunya berharap lebih baik kedepannya, dan segenap keluarga besar semuanya yang selalu mendo'akan penulis untuk penyelesaian skripsi ini.

12. Kepada sahabat-sahabat Minta Marito, Armiliana, Leli Sopiani, Novita Sari, Sahroyani, Darty Herma Nurila, dan Eno Anggina Putri, serta (bestie) kakak Gustriyani, Robia Hadawiyah, Safrida Wati, dan temen-temen KPI Angkatan 2018 yang juga menjadi penyemangat saya selama perkuliahan sampai penulisan skripsi ini Riski Hasana, Siti Aisyah, Rohima Zulmi, Aisyah Hamida, Rodia Gusnita Sari, Gina Sonya dan temen-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih kepada temen-temen yang telah memberikan motivasi serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT juga peneliti serahkan segalanya, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan

dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padang Sidempuan, Maret 2023

Masdelima

Nim: 1830100026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DOKUMEN	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah	8
.....	
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Terdahulu.....	14
B. Landasan Teori.....	16
a. Teori Citra	16
C. Landasan Konseptual	19
a. Pengertian Strategi Humas	19
b. Fungsi Humas.....	21
c. Ruang Lingkup Strategi Humas	24
d. Strategi Marketing.....	26
e. Strategi Humas Dalam Konteks Profesional.....	28
f. Strategi Humas dalam Membangun Citra	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis dan Metode Penelitian.....	37
C. Subjek Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	43
G. Teknik Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum.....	46
1. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan	46
2. Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan	52
B. Temuan Khusus.....	55
1. Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan.....	55
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Dalam Membangun Citra Positif	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran-saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA	74
----------------------	----

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

PENGESAHAN JUDUL

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN

SURAT IZIN PENELITIAN

RANCANGAN PENELITIAN

PEDOMAN OBSERVASI

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN DOKUMENTASI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan suatu sarana dalam upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Pada era globalisasi saat ini semua bangsa berkompetisi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar mampu bersaing di pasar bebas. Dalam kompetisi tersebut pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dan strategis karena pendidikan merupakan salah satu wadah untuk menciptakan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan sendiri merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, mulai lahir hingga lanjut usia manusia senantiasa belajar terhadap disekitarnya.

Pendidikan yang semakin berkembang menyebabkan lembaga pendidikan untuk berlomba-lomba dalam menarik minat dan kepercayaan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut tentu saja lembaga pendidikan membuat strategi dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, oleh karena itu diperlukan adanya campur tangan humas dalam dunia pendidikan.¹

Universitas Islam Negeri merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mengutamakan pengembangan pengetahuan mahasiswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu sesuai dengan bidangnya.

¹ Scemirat & Soleh, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 13.

Universitas Islam Negeri menyelenggarakan program pendidikan yang disesuaikan dengan berbagai jenis lapangan kerja, yang memiliki peran penting dalam menyiapkan mahasiswa menjadi tenaga kerja yang ahli didalam bidangnya.

Secara umum humas dalam pendidikan dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya atau antara lembaga. Dalam lembaga institusi humas merupakan pengembangan dan pemeliharaan kerjasama yang efisien untuk menyampaikan saluran informasi dua arah antara pemimpin dengan karyawan. Sebagai pimpinan lembaga instansi memiliki peran yang sangat besar dalam pengelolaan lembaga, selain mempromosikan program lembaga kepada calon mahasiswa dan masyarakat, humas juga berperan dalam menegakkan citra positif lembaga untuk menjaga reputasi institusi dari pandangan masyarakat.²

Humas memiliki peran penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu unit dalam membentuk citra lembaga baik citra positif maupun citra negatif. Dalam hal membentuk citra suatu lembaga, humas biasanya memiliki relasi yang luas. Setiap lembaga pastilah ingin memiliki citra positif di mata masyarakat. Responden terhadap pencitraan suatu lembaga dapat dilihat dari persepsi, realitas, dan opini pada lembaga tersebut.

² Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hlm. 26.

Humas sangat penting dalam menangani pencitraan suatu lembaga dan mampu memberikan gagasan yang cemerlang demi peningkatan reputasi mendatang, strategi yang tepat dan bermanfaat merupakan sarana mencapai citra yang diinginkan.³ Hubungan masyarakat atau *public relation* sebagai alat manajemen secara *structural* yang merupakan bagian dari suatu organisasi/perusahaan yang berperan sangat signifikan serta kontribusinya bisa menentukan keberhasilan sebuah organisasi/perusahaan itu untuk mencapai visi, misi dan tujuan bersama.⁴ Secara struktural *Public Relation* merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan/organisasi, dan bukan merupakan fungsi yang terpisah dari sistem manajemen suatu perusahaan/organisasi. Hal ini dapat dibuktikan bahwa humas/PR dalam upaya menyelenggarakan komunikasi timbal balik antar organisasi/lembaga dengan publik dapat menentukan sukses tidaknya upaya dalam meraih citra positif. Citra positif lembaga pada publik akan mempengaruhi tercapainya visi, misi dan tujuan lembaga, karena publik akan lebih mempercayai lembaga tersebut dan akan mendukungnya secara suka rela. Ada empat garis besar aktivitas utama humas yaitu sebagai: *communicator*, *relationship*, *back up managemen*, dan *good image maker*.⁵

Dalam buku Zulkarnain Nasution yang berjudul *Manajemen Humas di lembaga pendidikan*, menjelaskan bahwa citra merupakan sebuah tugas

³ Juhji dkk, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 4.

⁴ T.E Ardoyo, "Peran dan Strategi Humas (*Public Relation*) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan" *Jurnal Imiah Widya*, Vol. 01, No. 01, 2013, hlm. 16.

⁵ Rosadi Ruslan, *Manajemen Publik Relation Dan Media Komunikasi Konsepsi Dan Momunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.28-29.

dan tujuan dari kegiatan humas itu sendiri.⁶ Oleh karena itu citra sebuah lembaga sangat penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik. Citra positif yang dibangun sangat perlu dipertahankan, karena pada dasarnya tujuan dari adanya kegiatan hubungan masyarakat adalah untuk menanamkan *image* positif lembaga di mata khalayak atau publik.

Terdapat dalam Undang-undang Indonesia nomor 20 tahun 2003 pasal 7 ayat 1 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang berbunyi yakni orang tua berhak berperan dalam memilih satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya. Sebab itu, sekolah dituntut untuk memberikan layanan informasi, pendidikan informasi, dan kegiatan yang ada di sekolah.⁷

Dari berbagai lembaga pendidikan perguruan tinggi diwilayah Padangsidempuan, terdapat kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang identik berwarna hijau merupakan salah satu perguruan tinggi Universitas Islam Negeri dengan memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan kampus lainnya. Kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan satu-satunya kampus yang memiliki program Ma'had Al-Jami'ah (Pesanteren kampus) bagi mahasiswa baru.

⁶ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan, Konsep, Fenomena, dan Aplikasinya*. (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 24.

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Ma'had Al-Jami'ah berasal dari bahasa Arab yaitu Ma'had tempat belajar dan kata Al-Jami'ah berarti Universitas atau kampus yang dijadikan tempat belajar atau tempat mencari ilmu. Ma'had Al-Jami'ah merupakan salah satu program unggulan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dimulai dari tahun 2015 sampai saat ini telah mewajibkan untuk mengasramakan seluruh mahasiswa/i selama dua semester. Di Ma'had Al-Jami'ah tersebut mahasiswa dan mahasantriah belajar untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya dengan mengikuti semua kegiatan ekstrakurikuler didalamnya.

Sistem Ma'had Al-Jami'ah adalah kebijakan dari bapak prof. Dr. Ibrahim Siregar, MCL (Rektor IAIN Padangsidempuan periode tahun 2012 hingga tahun 2022). Program Ma'had Al-Jami'ah merupakan program yang sangat baik dan tempat untuk mengembangkan karakter dalam unsur keagamaan maupun lainnya bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Maka dari itu humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan harus mampu menganalisa apa yang menjadi kebutuhan dari masyarakat. Dalam Ma'had Al-Jami'ah tersebut sesuai dengan surat edaran dari Dirjen Pendis No. Dj.1/t1.IV/PP.00.9/1734/1014 disampaikan bahwa untuk penguatan pembinaan karakter, pembinaan ibadah, pembinaan

moral dan akhlak, pembelajaran AL-Quran, pembelajaran bahasa asing (Arab dan Inggris) akan lebih menempel jika anak didiknya diasramakan.⁸

Humas harus selalu senantiasa *membranding*, dan membuat berita kepada masyarakat tentang Ma'had Al-Jami'ah dengan cara menyebarkan brosur, memposting beberapa kegiatan yang dilakukan melalui akun media sosial yang dibuat oleh humas dan sudah disahkan oleh Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan seperti: *website, facebook, instagram, twitter, youtube, telegram group dan whatsapp group*.

Kasubbag humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Ratonggi Hasibuan mengatakan selain itu biro humas beserta dosen pegawai juga terjun untuk mempromosikan kampus kepada masyarakat maupun ke sekolah-sekolah, dan pada saat promosi, humas beserta dosen pegawai tidak lupa untuk mempromosikan bahwa kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memiliki program unggulan yaitu Ma'had Al-Jami'ah, dengan menjelaskan apa dan bagaimana yang ada dalam kampus maupun dalam Ma'had Al-Jami'ah.

Selain terjun langsung untuk mempublikasikan kampus, humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary juga bermitra (bergabung) dengan media cetak seperti: Waspada, Metro Tabagsel, Radio

⁸ Tim Penyusun Panduan Akademik, *Panduan Akademik* (padangsidimpuan: Padangsidimpuan: Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2018), hlm. 187.

dan Antara, jika ada hal-hal yang sifatnya sangat perlu untuk diketahui oleh masyarakat jadi humas sampaikan *press release* nya melalui media tersebut supaya dipublikasikan di media dan sampai kepada masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah pejabat, dosen, mahasiswa maupun diluar mahasiswa dan masyarakat mendapatkan informasi tentang apa saja yang ada didalam kampus.

Hasil wawancara dengan Ratonggi Kasubbag Biro Humas

sebelum adanya Ma'had Al-Jami'ah jumlah seluruh mahasiswa hanya berkisar 3000 an mahasiswa, akan tetapi semenjak adanya Ma'had Al-Jami'ah terdapat banyak perubahan positif yang sangat luar biasa termasuk dengan bertambahnya jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun. Terdapat data mahasiswa yang masuk Ma'had Al-Jami'ah sampai saat ini sudah mencapai 8000 an mahasiswa. Terbukti juga setelah adanya Mahad Al-Jamiah sangat terlihat sekali perbedaan mahasiswa dulu dan mahasiswa sekarang, seperti dulu jika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan ataupun fakultas-fakultas mengadakan seminar kecil atau besar masih jarang sekali kita mendengarkan bahasa-bahasa asing yang dituturkan, begitu juga pemateri dan MC nya masih jarang sekali mengucapkan bahasa asing tersebut bahkan bisa dikatakan tidak pernah. Akan tetapi sekarang sudah bukan hal yang luar biasa lagi bahkan sudah menjadi hal yang biasa karena sudah lumrah bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan untuk mengucapkan bahasa tersebut. Jadi ini hal yang paling penting untuk di sampaikan kepada masyarakat atau calon mahasiswa bahwa inilah salah satu hebatnya dari Ma'had Al-Jami'ah.⁹

Oleh karena itu humas menjadi media dalam membangun relasi kepercayaan dan kerjasama antara organisasi dengan publik. Lembaga humas harus mampu merencanakan strategi-strategi yang tepat agar

⁹ Wawancara dengan Ratonggi HSB, Kasubbag Biro Humas UIN SYAHADA Padangsidempuan, pada 08 Maret 2022.

program unggulan yang ada di sebuah organisasi/lembaga dan instansi dapat meningkat dan lebih dikenal oleh masyarakat serta dapat membangun citra positif dalam masyarakat. Semakin luas wilayah lembaga pendidikan yang menjadi pesaing sebuah instansinya, maka semakin luas pula pengetahuan yang dimiliki, sehingga sebuah perguruan tinggi mampu untuk mengembangkan program unggulan yang bervariasi dan dapat menarik perhatian masyarakat. Dengan menetapkan arah dan tujuan yang akan dicapai serta harus menyesuaikan diri pada perubahan lingkungan, dan harus menyampaikan informasi kepada publik sehingga mereka tahu apa yang terjadi dalam sebuah organisasi/lembaga.¹⁰

Untuk mengetahui lebih jelas tentang Strategi Humas Universitas Islam Negeri Padangsidimpuan dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat, maka peneliti akan mengkaji lebih dalam tentang **“Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidimpuan”**

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti memfokuskan penelitian ini pada strategi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidimpuan.

¹⁰ Morisan, *Manajemen Publik Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008). hlm. 9.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan bahwa strategi adalah seni ilmu yang mengarahkan sumber daya bangsa dalam melaksanakan kegiatan yang bertujuan untuk kedamaian yang dilakukan secara bijak dan mencapai tujuan yang khusus.¹¹

Menurut Rahutomo tentang strategi yaitu perencanaan (*planning*) dan manajemen yang menunjukkan bagaimana cara operasional yang akan di gunakan dalam menentukan tujuan dan sasaran pelaksanaan sumber daya yang diperlukan demi mencapai suatu tujuan tertentu.¹²

2. Humas

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan arti humas yaitu hubungan masyarakat.¹³ Hubungan masyarakat (humas) yang dalam bahasa inggrisnya disebut *Public Relation*. Secara umum *Public Relation* didefenisikan sebagai seni, gagasan, ide yang ditawarkan oleh perusahaan atau lembaga instansi menjadi disukai dan

¹¹ Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima Daring*, diakses melalui (<https://play.google.com/store/apps/details?id=buku.kbbi5>). Pada tanggal 28 Maret 2022.

¹² Rahutomo, Adi Nugroho, "Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir" *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 01, No. 02, 2013, hlm. 324-340.

¹³ Badan Pengembangan Bahasa Dan Perbukuan Kementerian Pendidikan Dan kebudayaan Republic Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima Daring*, diakses melalui (<https://play.google.com/store/apps/details?id=buku.kbbi5>). Pada tanggal 28 Maret 2022.

dapat dipercaya oleh publiknya. Rahmat mendefinisikan bahwa humas merupakan segala bentuk hubungan atau kontrak yang melibatkan adanya komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan publiknya baik secara internal maupun eksternal.¹⁴ Rosady Ruslan juga dalam bukunya menarik kesimpulan tentang pengertian humas (*Public Relation*);

- a. *Public Relation* atau humas merupakan suatu seni yang menciptakan pengertian publik yang lebih baik dan dapat memperdalam kepercayaan publik secara lebih baik terhadap suatu lembaga dan instansi.
- b. *Public Relation* atau humas adalah suatu proses yang kontinu untuk memperoleh *good will* dan sikap pengertian dari pelanggan, konsumen atau publik pada umumnya.

3. Citra

Citra merupakan tujuan pokok sebuah lembaga. Terciptanya suatu citra lembaga yang baik di mata masyarakat atau publiknya akan banyak menguntungkan. Misalnya, akan menarik perhatian masyarakat sekitar maupun luar daerah untuk masuk pada lembaga tersebut.

Rosady Ruslan mendefinisikan bahwa citra merupakan sebuah tujuan, prestasi, dan reputasi yang harus dicapai pada dunia kehumasan. Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis

¹⁴ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta Media Akademik, 2016), hlm.

dengan khalayak atau publik, karena citra merupakan gambaran atau cerminan identitas sebuah lembaga. Oleh karena itu citra sebuah lembaga sangat penting dan harus dijaga agar tetap baik dimata publik baik secara internal maupun eksternal.¹⁵

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidempuan?
2. Apa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh pihak humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidempuan.

¹⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aflikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2022), hlm. 74.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidimpuan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat teoritis maupun secara praktis, antara lain:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kajian dan menjadi sumber referensi bagi para peneliti yang akan datang.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang dapat memberikan masukan dalam pengembangan dibidang ilmu komunikasi dan humas serta dapat digunakan sebagai dasar untuk peneliti selanjutnya.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini dilakukan sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) di Padangsidimpuan.
 - b. Dapat menjadi bahan bagi generasi muda atau bagi mahasiswa khususnya dalam bidang humas (*Public Relations*).

G. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan lebih sistematis dan dapat memudahkan pembaca dalam memahaminya, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang dijabarkan dalam penelitian ini adalah:

BAB I pendahuluan, memuat Latar Belakang Masalah, Fokus Masalah, Batasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran garis besar masalah penelitian ini.

BAB II Tinjauan Pustaka, yaitu: Pengertian Strategi Humas, Fungsi Humas, Ruang Lingkup Strategi Humas, Strategi Humas Dalam Konteks Profesional, Strategi Humas Dalam Membangun Citra, Teori Citra, Strategi Marketing, Penelitian Terdahulu yang relevan.

BAB III Metodologi Penelitian mencakup waktu dan lokasi penelitian, jenis dan metode penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV pada bab ini deskripsi hasil penelitian yang terdiri dari strategi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Mahad Al-Jamiah di masyarakat kota Padangsidimpuan.

BAB V merupakan tahap akhir dari penulisan proposal ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran mulai dari tahap awal hingga tahap akhir penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk memperkuat keaslian penelitian ini, maka peneliti akan menyampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Erma & Ervina dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas Negeri Semarang”.¹⁶ Peran humas dalam meningkatkan citra positif Universitas Negeri Semarang sangat kompleks dan tidak sedikit. Peran tersebut antara lain: sebagai pelaksana kegiatan publikasi mengenai informasi akademik sebagai fasilitator komunikasi anantara Universitas Negeri Semarang dengan lingkungan internal maupun eksternal dan memberikan pelayanan terhadap informasi yang sudah dipublikasi. Hambatan yang dihadapi humas Universitas Negeri Semarang dalam mempertahankan citra terbagi menjadi dua yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal. Hambatan internal terkait dengan SDM dan fasilitas, sedangkan hambatan eksternal terkait dengan kurangnya kepedulian masyarakat dan mahasiswa terhadap informasi yang telah dipublikasikan.

¹⁶ Erma & Ervina dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas Negeri Semarang”. *Jurnal: Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bali*, Vol 1. No. 4, 2016, hlm. 428-436, diakses 17 Mei 2022 pukul 16.28 WIB.

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian terdahulu sama-sama mempunyai fokus penelitian yang sama yaitu pada kesamaan melakukan penelitian di sebuah instansi.

Perbedaannya, penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, penelitian terdahulu lebih fokus pada bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra positif Universitas Negeri Semarang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti lebih berfokus dalam membahas tentang strategi humas Universitas Islam Negeri Sekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Mahad Al-Jamiah di masyarakat di kota Padangsidimpuan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Setiyo Rini dkk dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggadewi”.¹⁷ Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa humas berperan dalam mempertahankan citra positif Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Kegiatan yang dilakukan oleh humas tersebut adalah dengan cara memperbaiki dari dalam secara internal maupun dari luar eksternal, mulai dari menjalin hubungan baik dengan relasi Unitri, sesama pegawai, mahasiswa dan OB Universitas Tribhuwana Tunggadewi. Sedangkan secara eksternal humas menjalin

¹⁷ Kurnia Setiyo Rini dkk, “ Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggadewi”. *Jurnal: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol 6, No. 1, 2017, hlm. 34, diakses 17 Mei 2022 pukul 16.28 WIB.

hubungan baik dengan media dan juga masyarakat sekitar. Selain itu humas memblow up kegiatan prestasi mahasiswa ke publik melalui media dari mulai seluruh jawa dan diluar jawa. Hambatan yang di alami humas dalam mempertahankan citra Universitas Tribhuwana Tungadewi yaitu minimnya dana, minimnya sarana dan prasarana serta SDM (sumber daya manusia) yang berkompeten dibidang *public relations*.

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang merupakan sebuah penelitian kualitatif deskriptif yang sama-sama meneliti tentang cara meningkatkan citra positif di suatu instansi.

Perbedaannya, penelitian tersebut membahas tentang peran humas dalam meningkatkan citra Universitas Tribhuwana Tungadewi. Sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi humas Universitas Islam Negeri Sekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membangun citra positif Mahad Al-Jamiah di masyarakat di kota Padangsidimpuan.

B. Landasan Teori

a. Teori Citra

Menurut Kotler citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai *public relations*.¹⁸

Pengertian citra yaitu persepsi dan keyakinan terhadap perusahaan yang

¹⁸Dede Kurniasih, *Kepuasan Konsumen* (Serang: Bintang Sembilan Visitama, 2021), hlm. 18. <http://books.google.co.id> diakses pada 06 April 2023.

berhubungan dengan nama bisnis yang dipegang oleh konsumen, dan gambaran publik terhadap perusahaan atau gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh seseorang atau organisasi yang ditunjukkan kepada publik.¹⁹

Sedangkan menurut Frank Jefkins, citra adalah sebuah kesan, gambaran atau impresi sesuai dengan kenyataan (*real*) mengenai suatu tentang organisasi atau perusahaan.²⁰ Citra juga merupakan kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Citra menunjukkan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan proses informasi setiap waktu. Citra dapat terbentuk dengan proses informasi yang tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan citra pada obyek dari adanya penerimaan informasi. Karena citra perusahaan adalah sebagai persepsi konsumen atau masyarakat terhadap perusahaan/organisasi.²¹ Ada dua teknik strategi komunikasi dalam membentuk citra yaitu:

1. Teknik *Redudancy* yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ngulang pesan untuk menarik perhatian dari masyarakat. Selain itu masyarakat akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 19.

²⁰ Winda Rahma Sari, *Strategi Publik Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Quran* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018), hlm. 33.

²¹ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian* (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), hlm. 49. <http://books.google.co.id> diakses pada 22 Juni 2022.

2. Teknik *Canalizing* yaitu komunikator harus lebih mengenal apa saja yang dibutuhkan masyarakat untuk mempermudah dalam menyampaikan pesan.

Ada beberapa jenis citra (*image*) menurut Frank Jefkins dalam bukunya “Hubungan Masyarakat” yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dan dapat dibedakan dari satu dengan yang lainnya yaitu sebagai berikut:²²

1. Citra bayangan (*Mirror Image*) adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*Current Image*) adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi/perusahaan.
3. Citra yang diharapkan (*Wish Image*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada.
4. Citra perusahaan (*Corporate Image*) adalah citra dari suatu organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jadi bukan citra atas produk pelayanan saja, citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan, antara lain sejarah hidup perusahaan yang gemilang dan lain sebagainya.

²² Debi Eka Putri, dkk, *Brand Marketing* (Bandung:Widina Media Utama, 2021), hlm. 114. <http://books.google.co.id> diakses pada 22 Juni 2022.

5. Citra majemuk (*Multiple Image*) citra ini dapat diterapkan pada semua jenis organisasi atau perusahaan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu memiliki kebiasaan dan perilaku tersendiri sehingga secara sengaja mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.
6. Citra penampilan (*performance image*) citra ini lebih ditunjukkan kepada subjeknya bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan.

C. Landasan Konseptual

a. Pengertian Strategi Humas

Strategi merupakan suatu hal yang penting dan salah satu cara untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga strategi humas merupakan tanggung jawab atau kewenangan pekerjaan humas yang memiliki arti rencana jangka panjang untuk menyusun berbagai teknis, langkah, atau strategi yang akan dilakukan dalam kegiatan kehumasan.²³ Secara garis besar humas adalah organisasi/lembaga/perusahaan baik dari publik internal maupun publik eksternal yang merupakan salah satu ujung tombak untuk bersaing di era globalisasi saat ini.

Istilah hubungan masyarakat atau *public relations* pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, Thomas Jefferson, pada

²³ Effendy, Onong Uchjana, Hubungan Masyarakat (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offse, 2012), hlm. 22-23.

tahun 1807. Pada waktu itu yang dimaksud dengan *public relations* adalah *foreign relations* atau hubungan luar negeri.

Hubungan masyarakat atau *public relations* adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari mispersepsi dan kesalah pahaman sekaligus membangun citra positif lembaga. Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, meraih simpati, menyakinkan dan membuat masyarakat mengerti dan menerima sesuatu atau membangkitkan ketertarikan masyarakat.²⁴

Pengertian humas menurut *IPRA (International Public Relation Association)* dalam Ruslan adalah " fungsi manajemen yang mendukung dan memelihara aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama yang melibatkan manajemen dalam persoalan/permasalahan, membantu manajemen menanggapi opini publik.

Cultif, Center & Broon dalam Gassing dan Suryanto juga mendefenisikan humas sebagai usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Maka dari itu, komunikasi dua arah yang baik merupakan tugas yang wajib dilakukan oleh humas, komunikasi dua arah yang baik membuat

²⁴ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hlm. 12.

masyarakat dapat memahami apa yang diinginkan perusahaan, begitu juga perusahaan dapat memahami apa yang masyarakat inginkan.

Komunikasi yaitu menyampaikan informasi, ide atau pesan dari tempat satu ke tempat lain dengan maksud mempererat komunikasi dengan baik. Strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning management*) dalam menyampaikan pesan dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku.

b. Fungsi Humas

fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai *public relations*. Jadi, *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.²⁵

Humas/PR merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of actions*), melalui kegiatan komunikasi secara khas. Artinya, sebagai metode komunikasi terdapat makna bahwa setiap pemimpin dari sebuah organisasi bagaimanapun kecilnya dapat melaksanakan fungsi-fungsi *public relations*.

Secara garis besar fungsi public relations/humas adalah:

²⁵ Rachmat Kriyanto, *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 22.

- a. Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintain good communication*).
- b. Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*).
- c. Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals & manners*).

Sedangkan menurut Cultip & Center menyebut fungsi *public relations* sebagai berikut:²⁶

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pemimpin perusahaan untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.

Proses dalam *public relations* (Humas) harus melalui empat tahapan yaitu:

1. *Research* (penelitian)

Seorang praktisi humas harus mengenal gejala dan penyebab permasalahan. Oleh sebab itu, humas atau PR perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Humas perlu

²⁶ Scott M. Cultip & Alleh H. Center, dalam buku *Effective Public Relations*, Prentice Hall, New Jersey, inc, Upper Saddle, hlm. 36.

memantau dan membaca tentang pengertian, opini, sikap, dan perilaku orang-orang yang berkepentingan dan terpengaruh oleh tindakan perusahaan, “What’s happening now?” merupakan kata-kata yang menjelaskan bahwa seorang PR harus jeli dalam melihat data dan fakta yang ada.

Seorang humas/PR harus mampu mengolah data yang telah ada, mengadakan perbandingan, melakukan pertimbangan, dan menghasilkan penilaian, sehingga dapat diperoleh kesimpulan.

2. *Planning* (perencanaan)

Humas melanjutkan pada tahap perencanaan dan melakukan penyusunan masalah. Perencanaan disusun atas data dan fakta yang telah diperoleh untuk mengatasi masalah dalam membuat program kerja.

3. *Action and Communication* (aksi dan komunikasi)

Humas harus mampu mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga dapat mempengaruhi sikap publiknya, yang kemudian mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut. Selain itu, humas juga harus melakukan kegiatan komunikasi dengan khalayak dan melakukan aksi dalam kegiatan dengan sebaik-baiknya

4. *Evaluation* (evaluasi)

Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keefektifan proses dalam *public relation*. Tahap ini dituntut untuk di

teliti dengan seksama untuk mewaspadai masalah yang akan dihadapi dalam melaksanakan pekerjaan humas.

c. Ruang Lingkup Strategi Humas

Secara umum, ruang lingkup humas adalah manajemen di bidang komunikasi atau fungsi manajemen di bidang komunikasi. Secara sederhana strategi yang biasa dilakukan humas/PR dapat disingkat menjadi PENCILS, yaitu:²⁷

1. *Publication & Publicity*, yaitu mengenalkan lembaga atau perusahaan kepada publik.
2. *Events*, mengorganisasikan *event* atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra.
3. *News*, menyebarkan informasi kepada publik.
4. *Community Involvement*, diharapkan dapat memposisikan perusahaan sebagai bagian dari komunitas, dan membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.
5. *Identity-Media*, merupakan pekerjaan *public relations* dalam membina hubungan dengan media sebagai sumber berita dan sebagai sarana penyebar informasi serta pembentuk opini publik.
6. *Lobbying*, melakukan upaya persuasi dan negoisasi dengan pihak lain.

²⁷ Kriyanto, *Public Relations & Crisis Manajemen* (Jakarta: Kencana Pernada, 2002), hlm. 24.

7. *Social Investment*, untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan sosial.

Permenpan No. PER/12/M.PAN/08/2007 mendeskripsikan ruang lingkup humas pemerintah sebagai berikut:²⁸

- a. Penyampaian pesan dan penciptaan opini publik secara timbal balik dengan pemangku kepentingan.
- b. Komunikasi positif internal dan eksternal untuk menciptakan pengertian bersama guna memperoleh manfaat bersama bagi lembaga dan pemangku kepentingan.
- c. Melaksanakan fungsi manajemen pemerintah.
- d. Membangun citra lembaga, pemerintah, bangsa, dan negara.

Ruang lingkup strategi humas juga bersifat universal, yakni juga bisa di terapkan pada lembaga swasta atau bisnis (perusahaan). Selain itu bisa untuk membina hubungan publik internal (*internal public relation*), dan hubungan publik eksternal (*eksternal public relation*).

1. Ruang lingkup humas internal adalah orang-orang yang merupakan bagian dari suatu instansi atau perusahaan tertentu. Pada prinsipnya semua kegiatan internal bertujuan untuk memberi penjelasan tentang kebijaksanaan penyelenggaraan dan pengembangan kegiatan, serta menampung saran dan pendapat dari pekerja humas dan masyarakat demi memelihara hubungan harmonis sehingga tercipta suatu kerja

²⁸ Suryosubroto, *Humas Dalam Dunia Pendidikan- Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Mitra Grama Widjaya, 2001), hlm. 15.

sama antara semua organisasi atau lembaga. Kegiatan langsung/internal atau tatap muka.

2. Ruang lingkup humas eksternal *public relation* adalah seorang humas yang harus menjaga hubungan dengan pihak luar demi nama baik perusahaan atau instansi. Di samping adanya kegiatan langsung atau tatap muka, juga terdapat kegiatan tidak langsung atau tanpa tatap muka, yakni penyampaian informasi melalui media tertentu.

d. Strategi Marketing

Secara umum pengertian *Marketing Public Relation* suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui pengkomunikasian informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan perusahaan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan bagi para konsumennya.

Fungsi pemasaran tersebut dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu: produk, price, placement and promotion, yang merupakan sarana untuk mencapai tujuan pemasaran (*marketing objectives*), yaitu:²⁹

1. Mengadakan riset pasar, untuk mendapatkan informasi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.
2. Menciptakan produk yang sesuai dari hasil riset pasar tersebut.
3. Menentukan harga produk yang rasional dan kompetitif.

²⁹ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 249.

4. Menentukan dan memilih target konsumen (*target audience*).
5. Merencanakan dan melaksanakan promosi produk yang akan diluncurkan.

Pihak lain dalam peran sebagai Communicator, Back-up management, and makes an good image, public relation berfungsi secara garis besar tugasnya antara lain sebagai berikut:

1. Menumbuh kembangkan citra positif perusahaan (*corporate image*) terhadap publik eksternal atau masyarakat luas, demi tercapainya saling pengertian bagi kedua belah pihak.
2. Membina hubungan yang positif antarkaryawan (*employe relations*), dan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya, sehingga akan tumbuh *corporate culture* (budaya perusahaan) yang mengacu kepada disiplin dan motivasi kerja, profesionalisme yang tinggi, serta memiliki *sense of belonging* terhadap perusahaan yang baik.

Pada umumnya banyak orang yang menyatakan bahwa konsep pemasaran sama dengan konsep penjualan atau promosi/periklanan. Padahal pada dasarnya penjualan dan promosi/periklanan hanyalah bagian kecil dari pemasaran. Perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, defenisi pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka

butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.³⁰

Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Kotler dan Keller, mengemukakan inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan (laba/profit).

e. Strategi Humas Dalam Konteks Profesional

Perkembangan profesionalisme *public relations* yang berkaitan dengan pengembangan peranan PR, baik sebagai praktisi maupun profesional dalam suatu organisasi atau perusahaan. Humas dalam suatu instansi atau organisasi diartikan sebagai kegiatan komunikasi dua arah timbal balik antara suatu organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal untuk menciptakan hubungan baik, saling pengertian

³⁰ Muhammad Yusuf Shaleh & Minah Said, Konsep Dan Strategi Pemasaran (Makassar: CV Sah Media, 2019), hlm. 1. <http://books.google.co.id> diakses pada 24 Januari 2023.

dan saling menghargai antara organisasi dengan publiknya.³¹ Kegiatan langsung atau tatap muka adalah kegiatan yang dilaksanakan secara langsung, dan kegiatan tidak langsung adalah kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar atau masyarakat melalui perantara media tertentu. Adapun kegiatan internal/langsung humas adalah:

1. Kegiatan internal atau kegiatan langsung

Kegiatan publik internal adalah kegiatan publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

a. Rapat dengan pegawai humas

Pimpinan memerlukan tukar pikiran atau pendapat dari stafnya atau para anggotanya, karena pemimpin tidak mau mengambil keputusan secara sepihak. Jadi rapat merupakan sebuah pertemuan yang di selenggarakan dengan tatap muka antara pimpinan dengan stafnya untuk merundingkan atau menyelesaikan suatu masalah terkait dengan kepentingan bersama.

b. Sosialisasi ke berbagai sekolah

Sosialisasi atau strategi promosi biasa dilakukan oleh semua pihak humas kampus. Sosialisasi merupakan salah satu cara supaya

³¹ Dyva Claretta & Farikha Rachmawati, *Inovasi dan Strategi Publik Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan* (Malang: Perumahan Puncak Joyo Agung Residence, 2022). Hlm. 24.

banyak orang yang akan tertarik untuk melanjutkan pendidikan ke universitas dengan memperkenalkan universitas, dan keunggulan universitas tersebut.

c. Penyebaran brosur

Brosur adalah media informasi yang ditulis secara tersusun dan sistematis, bertujuan untuk menginformasikan, mengedukasikan, serta membujuk dan mempengaruhi seseorang. Brosur hanya terdiri dari beberapa halaman yang dicetak dengan informasi singkat dan dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian publik atau masyarakat.

d. Penjelasan lisan di berbagai kesempatan

Penjelasan lisan pada berbagai kesempatan yang ada misalnya pertemuan acara di luar kampus, dan sebagainya.

e. Diskusi dengan tokoh-tokoh masyarakat

Humas institut harus menyesuaikan karakteristik masyarakat dengan cara mengkonsultasikan dengan tokoh masyarakat. Institut harus memberikan informasi yang terpadu kepada masyarakat sehingga masyarakat mudah memahami dan mengetahui program-program yang ada di kampus tersebut.

2. Kegiatan eksternal atau kegiatan tidak langsung

Kegiatan publik eksternal adalah yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.³²

a. Penyampaian informasi melalui media massa dan media cetak.

Media massa adalah media yang sangat penting untuk penyampaian sarana informasi atau alat penyebaran berita yang berhubungan langsung kepada masyarakat, misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Media cetak juga merupakan jenis dari media massa yang dicetak dalam lembaran kertas, media cetak bersifat statis yang mengutamakan pesan visual. Media ini memuat sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna kertas. Pesan visual artinya pesan atau informasi yang dapat di lihat oleh indra penglihatan saja.

b. Penggunaan papan pengumuman

Papan pengumuman adalah media yang paling murah, dan efektif, papan pengumuman biasanya ditempatkan dimana ia dapat dilihat dan dibaca dengan baik. Banyak informasi yang dapat dipasang di papan pengumuman seperti penerimaan mahasiswa baru, pendaftaran beasiswa, pembukaan lowongan kerja,

³² Kuswantoro & Agung, *Hubungan Masyarakat (Humas)* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), hlm. 128.

pemberitahuan hari libur, dan sebagainya dengan tujuan untuk menyampaikan berita kepada khalayak.

Humas dituntut mampu melaksanakan perannya dengan baik dan harus siap ditempatkan dalam setiap kondisi. Sebagai praktisi humas profesional tentunya harus memiliki strategi di dalam organisasi atau perusahaan, maksudnya humas diharapkan dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh pihak dalam suatu organisasi.

Penetapan tujuan dalam perencanaan humas haruslah dibuat berdasarkan riset yang telah dilakukan, baik melalui riset yang bersifat formal maupun informal.³³ Dengan mengadakan serangkaian diskusi atau konsultasi secara mendalam dengan berbagai pihak guna mengungkapkan kebutuhan komunikasi paling mendasar yang dirasakan. Dengan hasil yang ditemukan dan dihadapi, sehingga tujuan perencanaan humas merupakan upaya mengatasi masalah.

Dalam melaksanakan program humas terdiri atas empat langkah kegiatan atau juga sering disebut dengan empat langkah pemecahan masalah humas.³⁴ Keempat langkah ini merupakan proses yang harus dijalankan setiap praktisi humas profesional. Langkah tersebut adalah sebagai berikut:

³³ M.J Ritonga, *Riset Kehumasan* (Jakarta: PT Gramedia, 2004), hlm. 94.

³⁴ Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 153-154.

- 1) Menentukan masalah (*defining the problem*). Langkah pertama ini yaitu meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau terpengaruh oleh tindakan atau kebijakan organisasi maupun perusahaan.
- 2) Perencanaan dan penyusunan program (*Planning and programing*). Masalah yang telah ditentukan pada langkah pertama digunakan untuk menyusun program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi.
- 3) Melakukan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*). Langkah ketiga ini mencakup kegiatan yang melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- 4) Evaluasi program (*Evaluating the program*). Langkah terakhir ini mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program.

Strategi yang dilakukan humas pada dasarnya mengacu pada visi-misi organisasi dan harus sejalan dengan strategi perusahaan, sehingga strategi yang dibuat harus berhubungan dengan perencanaan tersusun dengan tujuan perusahaan.

Tahap-tahap yang digunakan untuk membuat strategi humas yang profesional menurut Ronal D Smith adalah sebagai berikut:

- a) Fase *Formative Research* adalah riset formatif yang dilakukan sebelum memulai sebuah program. Riset program dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dalam perencanaan.
- b) Fase *strategi* adalah perencanaan keseluruhan organisasi, bagaimana organisasi menentukan apa yang ingin dicapai oleh organisasi dan bagaimana keinginan tersebut akan dicapai.

f. Strategi humas dalam membangun citra

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia kehumasan atau *public relations*.³⁵ Pengertian citra itu sendiri tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Kegiatan humas di perguruan tinggi meskipun tidak dianggap sebagai panglima, namun realitanya humas sangat dianggap penting peranannya terutama dalam membangun hubungan dan membentuk citra positif lembaga. Hampir setiap perguruan tinggi saat ini berkompetisi untuk menunjukkan eksistensinya, dengan menampilkan berbagai kelebihan untuk meningkatkan nilai kepada masyarakat. Institusi

³⁵ Rumanti & Maria, *Dasar-dasar Public Relations* (Jakarta: PT Gramedia Widiasara Indonesia, 2002), hlm. 28.

perguruan tinggi dicitrakan sebagai institusi pendidikan yang mengutamakan dan mengembangkan kajian keilmuan secara mendalam.

Citra perguruan tinggi menjadi satu hal yang penting dan menjadi satu pertimbangan konsumen, dan masyarakat bisa memutuskan perguruan tinggi mana yang akan dipilih. Citra atau *image* menjadi satu hal yang paling penting untuk dijual kepada konsumen atau masyarakat di perguruan tinggi, karena citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek.³⁶

Persaingan yang ketat saat ini, citra positif perguruan tinggi menjadi hal yang sangat penting untuk dibangun di tengah masyarakat. Perguruan tinggi masih dicitrakan sebagai institusi pendidikan yang mengutamakan *social obligation* dan yang mengembangkan kajian keilmuan secara mendalam. Humas harus selalu berupaya menarik perhatian masyarakat, berbagai perguruan tinggi melakukan promosi melalui media cetak dan elektronik serta melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah untuk lebih memperkenalkan lembanya kepada masyarakat, dengan adanya kunjungan ke berbagai sekolah akan terjadi interaksi dengan target sehingga hubungan komunikasi dua arah (*two way communication*) akan terjadi.

Citra dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu citra positif dan citra negatif. Citra positif merupakan semua tujuan organisasi, dan pandangan

³⁶ Khoiruddin Muchtar dan Dede Herdiana, “ Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam”. Jurnal: *Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol 15, No.02, 2016, hlm. 318, diakses 02 Agustus 2022 pukul 18.50 WIB.

atau persepsi baik yang di nilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi/lembaga ataupun sebaliknya, citra negatif yaitu kesan, pandangan atau persepsi buruk yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi/lembaga.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Biro Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang beralamat di Jl. Rizal Nurdin 4,5 km Sihitang, Padangsidempuan. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut adalah di kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memiliki Kantor Biro Humas sebagai induk perkembangan sebuah instansi. Selain itu, karena peneliti merupakan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan oleh Peneliti mulai dari bulan Maret 2022 sampai April 2023. Proses penelitian ini dimulai dari tahap awal pengumpulan data awal, penyusunan dan pengembangan proposal penelitian, pembuatan instrument pengumpulan data, pengumpulan data, analisis data, penarikan kesimpulan, penulisan laporan penelitian, dan revisi penelitian.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berdasarkan data atau fakta yang ditemukan dilapangan atau dengan bentuk studi lapangan (*field reseach*).

Jenis penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, dan tindakan.³⁷

Penggunaan pendekatan penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang akan memecahkan masalah yang sedang terjadi secara mendalam, dan kritis. Metode deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual. Pengertian ini memiliki dua pengertian yaitu sebagai pengumpulan data dengan melukisnya sebagaimana adanya, tidak diiringi dengan ulasan atau pandangan analisa dari penulis, dan yang kedua yaitu metode deskriptif yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan metode kualitatif.³⁸

Peneliti menggunakan metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang dialami oleh subjek mengenai strategi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahamad Addary dalam membangun citra positif Mahad Al-Jamiah di masyarakat kota Padangsidimpuan.

Pendekatan Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang. Penelitian ini merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara terencana dan nyata untuk mrndapatkan suatu solusi, meningkatkan suatu kualitas dan untuk merubahnya menjadi lebih baik.

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2016). hlm. 6.

³⁸ Nurhidayat, Muh. Said, *Metode Penelitian Dakwah* (Makassar: Alauddin Perss, 2013), hlm. 267.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang dijadikan sebagai informan atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan.³⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah kasubbag biro humas yang terdiri dari pegawai bagian kehumasan, Ratonggi, Raja Herman Siadari, Subroto, Aleksandra, dan Suhly Farhana di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahamad Addary Padangsidempuan.

D. Sumber Data

Sumber data adalah darimana data dapat diperoleh. Penentuan sumber data dengan teknik *Purposive sampling*. Teknik *Purposive sampling* sebagai sampling menurut tujuan dan jumlah informan yang menjadi subjeknya untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan tertentu sesuai kebutuhan dan terpenuhinya informasi.⁴⁰ Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini ada dua sumber data, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data utama, baik individu maupun kelompok seperti hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti. Adapun sumber data primernya adalah bagian humas berjumlah lima orang yang terdiri Ratonggi, Raja Herman Siadari,

³⁹ Andi Pratowo, *Memahami Metode-metode Penelitian* (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2014), hlm. 28.

⁴⁰ Muh. Fitra dan Luthfiya, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Jawa Barat: Jejak, 2017), hlm. 162.

Subroto, Aleksandra, dan Suhly Farhana Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahamad Addary Padangsidimpuan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau pelengkap yang dibutuhkan dalam mendukung penulisan skripsi ini. Adapun sumber data sekunder yang dibutuhkan peneliti adalah dokumen-dokumen tentang berkembangnya jumlah Ma'had Al-Jami'ah yang dikelola oleh Rafki bagian kemahasiswaan Biro Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahamad Addary Padangsidimpuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data biasa disebut instrumen pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang langsung diambil dilapangan. Artinya peneliti harus terjun langsung ke lapangan, ke komunitas organisasi tersebut. Selain itu, juga harus ditentukan kapan waktu untuk mengobservasi, bagaimana prosesnya dan berapa lama waktunya.⁴¹

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi:

⁴¹ Salamat Triono Ahmad, *Metodologi Penelitian* (Medan : Indah Grafika, 2007), hlm. 161.

- a. Observasi partisipan (*participan observation*). Dalam observasi ini, penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
- b. Observasi non partisipan (*non participant observation*). Dalam observasi ini penulis tidak terlibat dengan kegiatan sehari-hari dan hanya sebagai pengamat independent.⁴²

Observasi yang dilakukan penulis adalah observasi non partisipan, karena penulis tidak terlibat dalam kegiatan yang berlangsung. Adapun instrument penelitian yang digunakan berupa panduan observasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi secara lisan dalam bentuk terstruktur, dan tidak terstruktur.⁴³

- a. Wawancara terstruktur, yaitu bentuk wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, dan wawancara yang disusun secara terperinci dan sistematis. Apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh.⁴⁴
- b. Wawancara tidak terstruktur, yaitu bentuk wawancara yang terbuka dimana peneliti tidak menggunakan wawancara tersusun secara

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif. DAN R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010). hlm. 145.

⁴³ M. Anis Bachtiar, *Metodologi Penelitian Komunikasi Dakwah* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Perss, 2017). Hlm. 42

⁴⁴ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). hlm. 50.

sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Peneliti hanya berfokus pada pusat-pusat permasalahan.

- c. Wawancara semi terstruktur, yaitu bentuk wawancara yang menggunakan panduan wawancara yang berasal dari pengembangan topik dan mengajukan pertanyaan yang lebih fleksibel daripada wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada informan untuk menggali dan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Adapun wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara, sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai dengan kebutuhan informasi yang diinginkan.

Adapun wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang disiapkan untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian terhadap informan penelitian. Peneliti juga menambahkan beberapa pertanyaan diluar pertanyaan yang disiapkan dalam pedoman wawancara untuk memperdalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu sumber pengumpulan data kualitatif yang digunakan untuk proses penelitian. Bahan dokumen seperti teks (bahan bacaan, berupa rekaman audio, maupun berupa audio

visual).⁴⁵ Dokumentasi yang diperoleh sebagai bukti real sebagaimana yang ada dilapangan. Adapun instrument pengumpulan data yang digunakan dalam hal ini berupa panduan dokumentasi yang di analisis berupa buku pedoman umum tata kelola kehumasan, dan foto-foto kegiatan yang dilakukan dengan Kasubbag Biro Humas beserta staf pegawai kehumasan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif adalah proses mengumpulkan data kemudian menyusun secara sistematis data yang diperoleh baik melalui catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan cara mengkategorikan dan menjabarkan tiap-tiap unit kemudian melakukan sintesis, menyusun data kedalam pola dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan sehingga lebih muda dipahami oleh pembaca.⁴⁶

Secara umum analisis data kualitatif ada tiga tahap yakni:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang membutuhkan kecerdasan, keeluasaan dan kedalaman wawasan dalam merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dibutuhkan dalam mengolah data penelitian. Reduksi data perlu

⁴⁵ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2015). hlm. 129.

⁴⁶ Sirajuddin Shaleh, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), hlm. 68-69.

dilakukan karena data yang akan diperoleh dari lapangan sangat banyak dan tidak semuanya dapat dipakai dalam penelitian.

2. Penyajian data

Setelah reduksi data maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif data akan disajikan dalam bentuk uraian yang bersifat naratif, bagan, dan hubungan antarkategori. Dengan adanya penyajian data maka lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah selanjutnya setelah reduksi dan penyajian data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penarikan kesimpulan dapat terjadi perubahan apabila dugaan sementara tidak terbukti melalui data-data yang telah didapatkan.

G. Teknik Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yaitu pengumpulan data dengan menggunakan berbagai macam teknik pengumpulan data seperti proses menyusun, mencari, dan mengatur urutan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dari berbagai macam teknik lalu dibandingkan, dicari persamaan dan perbedaannya. Adapun langkah-langkahnya yaitu: Pertama, membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Kedua, membandingkan apa yang

dijelaskan oleh sumber data melalui hasil wawancara dengan kenyataan yang ada. Ketiga, membandingkan dengan fakta yang di lapangan.⁴⁷

⁴⁷ Wayan Swendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan* (Bali: Nilacakra, 2018), hlm. 66.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum Hasil Penelitian

1. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini mengambil lokasi pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang beralamat di Jalan T. Rizal Nurdin KM 4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan Tenggara. Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam melaksanakan tugas mengacu pada Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 Tentang Organisasi dan Tata Cara Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Pasal 40 poin 2 menyebutkan Subbagian Hubungan Masyarakat dan Informasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 39 huruf b mempunyai tugas melakukan hubungan masyarakat, dokumentasi, dan publikasi.⁴⁸ Oleh karena itu, Subbagian Hubungan Masyarakat dan Informasi (Humas) mempunyai hak dan kewajiban mengelola informasi untuk dipublikasikan kepada publik.

⁴⁸ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 TENTANG Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, diakses melalui (https://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/pma_93_13). Pada tanggal 28 Februari 2023.

Sebelum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary beralih status, tepatnya masih status STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri) Padangsidempuan untuk bagian pemberitaan disebut Data dan Pemberitaan yang dipimpin oleh Rahmadani. Setelah berubah status menjadi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Padangsidempuan pada tahun 2014 data dan informasi itu berubah menjadi Subbagian Humas, sebagai Hubungan Masyarakat (Humas) yang dipimpin oleh H.Ratonggi Hasibuan M.A sampai sekarang dan status kampus tersebut sudah menjadi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

b. Visi-misi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Dalam membentuk visi dan misi dari Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tidak terlepas dari visi dan misi utama kampus. Dimana visi humas harus sejalan dengan visi kampus. Karena pada dasarnya visi dari kampus merupakan penguatan dari visi humas dalam rangka meningkatkan tujuan dari kampus itu sendiri.

Adapun visi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan adalah :

1. Visi

Menjadi Institusi pendidikan Islam yang integratif dan berbasis riset untuk menghasilkan lulusan yang berwawasan

keilmuan, keislaman, keindonesiaan, dan kearifan lokal yang interkonektif.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan Pendidikan dan Pengajaran Ilmu-ilmu Sosial, dan Humaniorayang Integratif dan Unggul.
- b. Mengembangkan Ilmu-ilmu Keislaman, Ilmu-ilmu Sosial, dan Humaniora dengan Pendekatan Inter-Konektif.
- c. Mengamalkan Nilai-nilai Keislaman dan Budaya Luhur dalam Memberi Keteladanan dan Pemberdayaan Masyarakat.
- d. Membangun Sistem Manajemen Perguruan Tinggi dengan Tata Kelola yang Efektif dan Efesien, Transparan, dan Akuntabel.
- e. Membangun Transformasi Terencana Menuju Universitas Islam Negeri Tahun 2024.

c. Struktur Organisasi

Susunan organisasi pada humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang terdiri dari Kasubbag dan staffnya berjumlah 5 orang, dan mempunyai tugas yang berbeda-beda.

**Gambar Struktur Organisasi Humas UIN Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.**

No	Nama	Tugas/Fungsi	Jabatan
1	Ratonggi M.A	Penanggung Jawab	Koordinator
2	Raja Herman Siadari	Desain Grafis	Tenaga Ahli
3	Subroto	Pemberitaan	Tenaga Ahli
4	Alexsandra Pane	Konten Kreator/Editing Vidio	Tenaga Ahli
5	Suhly Farhana	Analisis Sosial Media	Tenaga Ahli

d. Asas Umum Humas

Asas umum humas kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan adalah:

1. Keterbukaan, yaitu asas yang menuntut praktisi humas terbuka terhadap hak civitas akademika dan masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif.
2. Objektif, yaitu asas yang menuntut praktisi humas tidak memihak dalam melaksanakan tugas.
3. Jujur, yaitu asas yang menuntut setiap praktisi humas memiliki ketulusan hati, keikhlasan, dan mengutamakan hati nurani dalam bersikap, berperilaku, berucap, tidak berbohong, tidak berbuat curang, serta tidak memanipulasi pelaksanaan tugas dan tanggung jawab.

4. Tepat janji, yaitu asas yang menuntut praktisi humas menepati janji dan konsisten dalam melaksanakan tugas.
 5. Etis, yaitu asas yang menuntut praktisi humas menjalankan nilai-nilai etika dalam melaksanakan tugas.
 6. Profesional, yaitu asas yang menuntut praktisi humas mengutamakan keahlian, keterampilan, pengalaman dan konsisten dalam melaksanakan tugas.
 7. Akuntabel, yaitu asas yang menuntut praktisi humas mempertanggungjawabkan setiap kegiatan dan hasilnya.
 8. Integritas, yaitu asas yang menuntut praktisi humas bersikap independen dengan komitmen yang tinggi.
- e. Prinsip Dasar Humas

Prinsip dasar humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan meliputi:

1. Tata kelola kehumasan yang berorientasi pada proses pencitraan dan penciptaan nilai.
2. Tata kelola kehumasan yang mendorong pencapaian visi, misi, dan tujuan instansi, serta berorientasi pada kepentingan publik.
3. Tata kelola kehumasan berpegang pada komitmen, peraturan perundang-undangan, etika kehumasan, serta praktik-praktik umum (*common practices*) yang sehat.

4. Tata kelola kehumasan membutuhkan perencanaan, pengembangan, kepemimpinan dan tanggungjawab, pemantauan dan evaluasi, serta perbaikan yang berkelanjutan.

f. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dimiliki humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan antara lain sebagai berikut:

No	Nama Barang	Jumlah
1	Kamera Sony Camcoder	1
2	Kamera Canon	1
3	Kabel HDMI (Lengkap)	1
4	Soundcard	1
5	Laptop Editing	1
6	Tripod	1
7	Drone DJI Phantom 4 plus	1

g. Kode Etik Humas

Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memiliki kode etik yang harus ditegakkan yang mengacu pada keputusan menteri komunikasi dan informatika No 371/Kep/M.Kominfo/8/2007 tentang kode etik humas pemerintahan, dengan ketentuan umum sebagai berikut:

1. Secara kelembagaan, tunduk kepada kode etik humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang berlaku.
2. Secara individu, praktisi humas dapat menjadi anggota organisasi profesi humas yang ada, baik nasional, regional, maupun internasional, dan taan pada kode etik masing-masing organisasi profesi.
3. Sebagai tenaga profesional, praktisi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menegakkan asas-asas penyelenggaraan pendidikan tinggi dan asas umum penyelenggaraan negara yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme (kepastian hukum, tertib penyelenggaraan negara, kepentingan umum, keterbukaan, proporsionalitas, profesionalitas, dan akuntabilitas), serta efisiensi, efektivitas, tanggungjawab, bebas, jujur, adil, dan otonom.

2. Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

- a. Gambaran umum Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan unsur pendukung pendidikan untuk menyahuti perkembangan ilmu

pengetahuan dan teknologi yang demikian pesat, Ma'had Al-Jami'ah diintegrasikan dengan program intensif dengan bahasa Arab dan bahasa Inggris.⁴⁹

Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary berfungsi sebagai laboratorium untuk mengaflikasikan keseharian dalam kehidupan berasrama. Dalam hal ini mahasiswa dibina dengan diberikan materi dan pembiasaan-pembiasaan adab Islam.

Program Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary difokuskan kepada pembelajaran Al-qur'an, pembinaan moral, (*character building*), karakter/akhlak, pembelajaran bahasa Arab dan bahasa Inggris, serta pembinaan ibadah.

b. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi pusat pembinaan dan pusat pembelajaran mahasiswa/i dibidang Al-qur'an, ibadah, Akhlak (*Character Building*), bahasa Arab dan bahasa Inggris.

2. Misi

a. Mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam berbahasa Arab dan Inggris.

b. Menanamkan dan menguatkan ilmu, amal, dan akhlak mulia.

⁴⁹ Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2016

c. Mengembangkan kemampuan Baca Tulis Al-qur'an mahasiswa.

3. Tujuan

a. Mendidik mahasiswa agar memiliki kemampuan berbahasa Arab dan Inggris.

b. Menanamkan amal dan akhlak mulia.

c. Mematangkan kemampuan baca tulis Al-qur'an.

d. Untuk mengembangkan keterampilan dan tradisi akademik lainnya.

4. Peraturan Ma'had Al-Jami'ah

Asrama mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan lembaga yang berfungsi sebagai wahana pembinaan dan pemberdayaan mahasiswa dalam memberikan kontribusinya terhadap peningkatan kompetensi dan karakter mahasiswa yang berakhlak mulia.

Menindak lanjuti Surat Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor Dj.I/Dt.I.IV/PP.00.9/2374/2014 tanggal 20 September 2014 perihal Instruksi Penyelenggaraan Pesantren Kampus (Ma'had AlJami'ah), Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Nomor 491 Tahun 2014 tentang penetapan rencana strategis Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2014-2019 dan Keputusan

Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Nomor 136 Tahun 2015 tentang wajib Tinggal pada Ma'had AlJami'ah bagi mahasiswa semester pertama dan kedua, maka Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan mulai Tahun Akademik 2015.2016 bagi mahasiswa semester pertama dan kedua wajib tinggal pada Ma'had AlJami'ah.

B. Temuan Khusus

Fungsi humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary salah satunya adalah membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif kampus dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan instansi. Dan juga menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, yang menjadi penghubung. Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi, yang meliputi kegiatan, yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi.

Adapun strategi yang dilakukan humas untuk membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat antara lain:

1. Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi humas dalam membangun citra Ma'had Al-Jami'ah. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan menggunakan strategi perencanaan dalam menyusun program, dan menggunakan sarana media sosial. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan beserta para pegawai mempersiapkan rencana (*pleaning*) terkait program yang akan diambil dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah. Menyusun program terlebih dahulu agar hasil yang didapat sesuai dengan harapan. Ratonggi menjelaskan:⁵⁰

kegunaan menyusun program perencanaan ini adalah untuk membahas bagaimana strategi yang akan kita lakukan, dan tindakan yang dilakukan harus meliputi 5w + 1h yaitu: Apa program yang harus kita lakukan, Siapa saja pelakunya, Dimana kita lakukan, Mengapa kita lakukan, Kapan kita lakukan, dan Bagaimana kita melakukannya. Begitu juga dalam meningkatkan citra ini kita harus sering mengulang-ngulang pesan, supaya masyarakat lebih tahu dan lebih paham tentang informasi yang kita sampaikan.

Secara sederhana strategi yang biasa dilakukan humas melalui strategi *Publication* (Publikasi) mengenalkan lembaga atau perusahaan kepada publik. Menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan organisasi yang harus diketahui oleh publik, untuk menghasilkan tanggapan positif secara luas dari masyarakat. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan melakukan strategi dalam meningkatkan citra Ma'had Al-Jami'ah yakni menyebarkan informasi melalui media sosial untuk membangun

⁵⁰ Wawancara dengan Kasubbag Biro Humas Ratonggi pada tanggal 16 Februari 2023.

Personal Branding dengan cara mengulang-ngulang pesan (*Redudancy*), strategi marketing, dan strategi humas dalam promosi lapangan.

a. Strategi humas dalam menyebarkan informasi melalui media sosial

Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menggunakan media sosial sebagai salah satu strategi untuk membangun citra Ma'had Al-Jami'ah.

Hasil wawancara dengan Koordinator Humas Ratonggi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

strategi yang kita lakukan berbagai cara untuk membangun citra kampus termasuk Ma'had Al-Jami'ah, dengan memberitahukan kepada masyarakat tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam asrama dengan cara mempromosikan atau mempublikasikannya seperti di media sosial, spanduk, brosur, dan lainnya. Kegunaan tersebut untuk membangun *Personal Branding* dengan cara mengulang-ngulang pesan (*Redudancy*) di akun *web* humas. Media sosial yang kita gunakan seperti *Facebook*, *Instagram*, *Website*, *Youtobe*, dan *Tiktok* supaya khalayak tahu tentang perkembangan kita didalam Ma'had Al-Jami'ah. Dalam akun web tersebut humas menyampaikan banyak informasi tentang Ma'had Al-Jami'ah dengan mempublikasikan semua berita maupun informasi di dalamnya. Dalam informasi Ma'had Al-Jami'ah tersebut humas sampaikan pesan-pesanya dalam sekali seminggu.⁵¹

⁵¹ Wawancara dengan Koordinator Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada 16 Februari 2023.

Kemudian hasil wawancara dengan Alex Sandra Pane staf humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

supaya informasi sampai kepada publik humas menyebarkan informasi dengan cara memberikan penerangan tentang bagaimana Ma'had Al-Jami'ah itu di akun media sosial resmi kita, baik di *facebook*, *Instagram*, *Youtobe*, ataupun *Website*. Di akun tersebut kita menjelaskan tentang kampus maupun tentang Ma'had Al-Jami'ah, dan memberi penerangan tentang informasi seperti bagaimana cara membayar SPP, cara daftar ulang mahasiswa baru, penjelasan Ma'had Al-Jami'ah, dan penjelasan kegiatan-kegiatan Ma'had Al-Jami'ah.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menetapkan strategi media sosial yang digunakan humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan untuk memberikan *image* positif kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan media *Facebook*, *Instagram*, *Website*, *Youtobe*, dan *Tik-Tok*.

1. *Facebook*

Facebook atau yang disingkat dengan FB adalah media sosial strategi marketing dan layanan jejaring sosial. *Facebook* dapat diakses dari perangkat dengan konektivitas internet, seperti komputer, laptop dan ponsel pintar. Dalam *facebook* orang-orang dapat memposting teks, foto, dan multimedia lain yang dapat dibagikan di publik beranda *facebook*. Humas Universitas Islam

⁵² wawancara dengan Alex Sandra Pane staf humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada 27 Februari 2023.

Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menggunakan *facebook* sebagai media online yang dapat membantu masyarakat pengguna akun media sosial *facebook* mendapatkan informasi terbaru terkait Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Akun *facebook* <https://www.facebook.com/uinsyahadapsp> yang dibuat Humas dengan memiliki pengikut dengan jumlah 6 ribu pengikut, dan memiliki postingan foto beserta video berjumlah 210 postingan, dan 61 postingan khusus Ma'had Al-Jami'ah

Postingan dalam akun *facebook* humas berisi event-event yang secara umum dan secara khusus untuk mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan untuk disampaikan kepada publik.

2. *Instagram*

Instagram adalah sosial media yang digunakan oleh banyak orang dan unggul di media sosial lainnya, *instagram* berbasis gambar yang memberikan layanan berbagai foto atau video secara *online*. *Instagram* memiliki beberapa fitur menarik dan menyediakan akun bisnis.

Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memakai aplikasi *instagram* yang kegunaannya tidak jauh berbeda dengan aplikasi *facebook* untuk memposting kegiatan atau event-event yang diadakan mahasiswa

dalam kampus maupun dalam Ma'had Al-Jami'ah. Di instagram <https://www.instagram.com/uinsyahadapsp> Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary juga memposting foto, vidio, maupun kegiatan lainnya. Akun *instagram* yang dibuat Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary memiliki pengikut dengan jumlah 5.866 pengikut, dan memiliki postingan foto beserta vidio berjumlah 132 postingan, dan 15 postingan tentang Ma'had Al-Jami'ah.

3. Website

Website adalah kumpulan halaman yang berisi informasi tertentu dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja melalui koneksi internet. Untuk memudahkan pengunjung mengakses informasi yang mereka cari, halaman-halaman tersebut dikumpulkan dalam menu yang bisa diakses dari halaman menu utama *web*. Cara mengakses *web* bisa dengan menuliskan URL alamat *website* di *browser*.

Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memiliki *website* untuk bisa di akses di link media. Website humas berisi tentang informasi terkait kampus, seperti tulisan-tulisan dosen, informasi tentang pembayaran SPP, tentang KRS reguler, juga informasi tentang pendaftaran mahasiswa baru. Website dapat di akses melalui internet dan

jaringan saluler di <https://www.iain-padangsidimpuan.ac.id> untuk mendapatkan informasi.

4. *Youtube*

Youtube adalah situs web yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, menonton, dan membagikan video secara publik. *Youtube* menjadi tempat/sarana terbaik untuk berbagi video dari seluruh dunia, mulai dari video pendek, trailer film, musik, edukasi, animasi, hiburan, berita, TV, serta beragam info menarik lainnya.

Berkembangnya ilmu pengetahuan tentang aplikasi yang bisa membangun relasi dengan pihak lain Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memiliki Akun *Youtube resmi*. Pada aplikasi media ini akun *Youtube* <https://www.youtube.com/@uinsyahadapsp> adalah saluran resmi yang dibuat humas dengan memiliki 3,9 ribu *subscriber*, dan memiliki postingan video berjumlah 148 video, dan 20 postingan tentang Ma'had Al-Jami'ah. Akun *youtube* ini sering digunakan untuk mengupload video tentang profil UIN, profil lulusan, live pada saat acara wisuda, ataupun kegiatan-kegiatan yang menyangkut tentang Ma'had Al-Jami'ah.

5. Tik-tok

Tik-tok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi

ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya.

Aplikasi Tik-tok ini juga digunakan humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan untuk mempromosikan Ma'had Al-Jami'ah. Pada akun akun Tik Tok (https://www.tiktok.com/@uinsyahada_psp) dengan 709 orang pengikut. Salah satunya ini adalah media sebagai event yang digunakan untuk mengupload event-event tertentu.

b. Strategi pendekatan secara *person* (*canalizing*)

Strategi pendekatan secara person yang dimaksud adalah pendekatan kepada komunikan seperti dosen, mahasiswa, dan masyarakat. Humas harus terlebih dahulu mengenali apa yang dibutuhkan oleh khalayak sehingga memudahkan humas untuk memberikan informasi.

Hasil wawancara dengan staf humas Subroto tentang strategi pendekatan secara person.

Untuk menyampaikan sebuah informasi kepada kepada publik, humas sendiri menyampaikannya dalam akun resmi yang kita miliki seperti *Facebook, Instagram, Youtube, dan Website*. Di dalam akun tersebut berisi informasi tentang Ma'had Al-Jami'ah maupun tentang kampus termasuk bagaimana cara mendaftar ke Universitas kita, begitu juga dengan penjelasan fasilitas yang kita miliki, berapa gedung fakultas dan jurusan di UIN, serta kegiatan-kegiatan formal dari civitas kampus.⁵³ Strategi pendekatan ini menggunakan bentuk metode *informatif* dan bentuk metode *persuasif*.

⁵³ wawancara dengan Subroto staf humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada 27 Februari 2023.

1. Bentuk *informatif*

Bentuk *informatif* yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri dalam situasi tertentu, pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

2. Bentuk *persuasif*

Bentuk *persuasif* yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah atas kehendaknya sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan karena terpaksa akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Strategi marketing

Strategi marketing adalah merupakan sarana untuk mencapai tujuan pemasaran (*marketing objectives*) atau fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.⁵⁴

Hasil wawancara dengan Ratonggi Koordinator Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

⁵⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 249.

Strategi yang kita lakukan selain mempublikasikannya di media sosial kita juga membina hubungan dengan pihak luar, dan bermitra dengan media massa ataupun media cetak, baik dalam Kota Padangsidimpuan maupun luar Kota. Jika ada hal-hal yang perlu di publikasikan atau yang harus diketahui oleh masyarakat, kita sampaikan *press release* itu dalam media tersebut. Media yang kita ajak bekerjasama yaitu seperti Radio, Harian Waspada, Harian Mimbar Umum, Medan Bisnis, Antara, Harian Realitas, Zonaintelektual, dan Harian Sembilan.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, bahwa humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan membina hubungan dengan pihak luar (*eksternal*), juga bermitra dengan beberapa media massa dan media cetak, baik dengan media sebagai sumber berita dan sebagai sarana penyebar informasi serta pembentuk opini publik dan yang harus disampaikan kepada masyarakat.

1. Bekerjasama dengan pihak luar

Bekerjasama dan membina hubungan baik dengan pihak luar atau *eksternal* kampus yaitu dengan pemerintah daerah (Pemda) tujuannya untuk mengembangkan dan memajukan kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yakni: Pemerintah Kota Padangsidimpuan, Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, Pemerintah Kabupaten Padang Lawas, Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara, dan Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal. Tujuannya demi

⁵⁵ Ratonggi, *Op. Cit.*, hkm. 62.

perkembangan dan meningkatkan mutu pendidikan, baik dalam bentuk bangunan, segi lokasi magang mahasiswa, lokasi penelitian mahasiswa, dan lainnya.

2. Bekerjasama dengan pihak radio

Radio adalah saluran media audio yang sering di gunakan untuk hiburan dan sebagai pemberi informasi. Radio dapat memberikan informasi secara cepat dan mudah diakses oleh siapa saja, kapan dan dimana saja. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary juga bekerjasama dengan radio yang ada di Kota Padangsidempuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang Ma'had Al-Jami'ah dan dilakukan pada saat ada event-event tertentu yang harus di ketahui oleh masyarakat. Radio yang diajak humas bekerjasama yakni: Radio KISS 106 FM, dan Radio RAU 105 FM.

3. Bekerjasama dengan media cetak

Media cetak adalah media yang memuat informasi dalam bentuk publikasi cetak. Media cetak yang dimaksud yaitu bentuk majalah, buku, surat kabar dan berbagai bentuk barang cetakan yang tujuannya menyebarkan informasi.

Humas mempunyai peran strategis untuk menyampaikan informasi program kerja serta tugas dan fungsi atas kegiatan-kegiatan suatu organisasi atau lembaga kepada publik secara luas. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan juga bekerjasama dengan beberapa media cetak yang ada di Kota Padangsidempuan maupun di luar kota yakni: Waspada, Metro Tabagsel, Harian Mimbar Umum, Medan Bisnis, Antara, Realitas, Zonaintelektual, Analisisdaily.com, dan Harian Sembilan. Dengan tujuan untuk menyebarluaskan *press release* Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan kepada publik.

Hasil wawancara dengan Raja Siadari staf humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Media cetak yang kita ajak bekerjasama itu untuk membantu kita menyampaikan press release kepada masyarakat itupun pada saat ada event-event tertentu, karena kita sudah memiliki akun sendiri. Jadi selain kita bekerjasama dengan media lain untuk mempublikasikan Ma'had Al-Jami'ah, kita juga mendesain spanduk, baliho, dan template player untuk menyebarkan informasi, dan kita memiliki sarana dan prasarana untuk kelancaran pekerjaan kita sabagai humas yaitu kita mempunyai seperangkat PC (*Personal Computer*), laptop khusus desain grafis, 1 camera DSLR (*Digital Singer Lens Reflex*), dan 1 camera mirroless.⁵⁶

d. Strategi humas dalam promosi lapangan

Promosi lapangan atau sosialisasi adalah memperkenalkan diri kepada seseorang dan sebuah proses dimana seseorang belajar berinteraksi dengan orang lain atau masyarakat.

Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menggunakan strategi sosialisasi untuk

⁵⁶ Wawancara dengan Raja Herman Siadari staf Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada 27 Februari 2023.

memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat atau kepada calon mahasiswa dengan cara mempengaruhi, membujuk, dan memberikan informasi secara langsung atau tatap muka. Diantara kegiatan yang dilakukan adalah.

1. Rapat dengan pegawai humas

Rapat menjadi salah satu aktivitas yang sangat lazim di dalam sebuah lembaga atau organisasi. Sebelum menentukan tempat program untuk melaksanakan sosialisasi humas terlebih dahulu mengadakan rapat, dan mempersiapkan rencana (*pleaning*) terkait program yang akan diambil dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah. Tujuan diadakan rapat dengan sesama pegawai humas adalah:

- a. Menghadirkan solusi dalam memecahkan masalah.
- b. Menjadi forum demokrasi
- c. Sarana menyampaikan informasi
- d. Medium koordinasi
- e. Sarana untuk bernegosiasi

2. Sosialisasi terjun langsung ke masyarakat

Sosialisasi terjun langsung ke masyarakat atau strategi promosi lapangan adalah salah satu strategi yang dilakukan humas dalam menarik minat calon mahasiswa dengan memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat. Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta

para pegawai ikut serta terjun langsung kelapangan atau ke berbagai sekolah swasta maupun negeri untuk mempromosikan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat. Ratonggi menjelaskan.

Selain memperkenalkan Universitas kepada masyarakat, kita tidak pernah lupa untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah juga, karena Ma'had Al-Jami'ah adalah program unggulan Universitas kita. Meskipun sekarang sudah canggih, semua informasi sudah bisa di dapat dalam media sosial, akan tetapi kita tetap mengeluarkan dan menyebarkan brosur kepada khalayak untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah, dan menjelaskan tentang Ma'had Al-Jami'ah kepada orang-orang di berbagai kesempatan, tidak hanya itu saja kita dan seluruh dosen pegawai juga langsung terjun ke lapangan seperti ke sekolah SMK, SMA, MAN, dan ke Pondok Pesantren untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kasubbag Biro Humas, bahwa pihak humas dan beserta dosen pegawai terjun langsung ke masyarakat untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah, dengan memberikan penjelasan tentang apa dan bagaimana Ma'had Al-Jami'ah itu.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dalam Membangun Citra Positif

Dalam hubungan masyarakat suatu lembaga pendidikan pastinya tidak akan luput dari masyarakat yang ada disekitarnya. Dan komunikasi

⁵⁷ Wawancara dengan Ratonggi Kasubbag Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada 16 Februari 2023.

yang dilakukan haruslah baik karena tidak akan ada Universitas jika tidak ada masyarakat.

a. Faktor pendukung

Faktor yang mendukung dalam membangun citra Ma'had Al Jami'ah di masyarakat yang secara struktural yaitu tim bagian humas yang ahli dalam bidang masing-masing, seluruh dosen pegawai, termasuk ustadz/ah Ma'had Al-Jami'ah, serta mahasiswa yang ikut berpartisipasi dalam mempublikasikan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat. Ratonggi juga menjelaskan.

Selain itu, yang termasuk faktor pendukung dalam membangun citra adalah dengan adanya alat-alat kerja kita seperti camera, video camera dan yang lainnya yang bisa kita gunakan untuk *broadcast*, *live streaming*, dan alat yang bisa kita gunakan untuk mencetak majalah, brosur dan juga spanduk.⁵⁸

b. Faktor penghambat

Untuk menjalankan strateginya Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan perlu bekerja keras agar berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Akan tetapi setiap strategi pasti ada tantangannya tersendiri, seperti yang peneliti dapat dari hasil wawancara dengan Kasubbag humas yaitu:

Humas ini masih sangat kekurangan seperti sumber daya manusia (SDM) kita memiliki keterbatasan itu. Tuntutan yang semakin besar untuk perkembangan universitas maupun Ma'had Al-Jami'ah, sementara kita sadari bahwa kita masih kurang personil untuk yang ahli dibidang publik speaking dalam mempromosikan Ma'had Al-Jami'ah ini, termasuk yang ahli dalam bidang konten-konter kreator dibidang media.

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 67

Dan Alhamdulillah nya mahasantri-mahasantri'ah yang masuk selalu meningkat tiap tahun walaupun masih kekurangan sumber daya manusia.⁵⁹

Dikutip dari wawancara dengan Kasubbag Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan bahwa humas memiliki hambatan dalam sumber daya manusianya (SDM). Dan tidak hanya itu saja humas mengalami hambatan dalam menyampaikan informasi ke daerah terpencil yang susah dalam mengakses internet.

Informasi yang disampaikan hanya sampai kepada daerah yang terjangkau internet, jika masyarakat terpencil mendapatkan akses internet dan mendapatkan informasi tentang UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan mereka hanya menganggap biasa saja, sangat berbeda dengan daerah yang selalu terjangkau koneksi internet, mereka bisa setiap hari mendapatkan notifikasi seputar informasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.⁶⁰

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil temuan umum dan temuan khusus dapat diperoleh bahwa strategi yang dilakukan Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam membengun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat Kota Padangsidempuan berjalan dengan baik, terbukti dari strategi-strategi yang digunakan humas untuk peningkatan dan kemajuan Ma'had Al-Jami'ah maupun Universitas.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 67

⁶⁰ *Ibid.*, hlm. 67

Humas menggunakan beberapa strategi dalam membangun citra Ma'had Al-Jami'ah, tujuannya supaya masyarakat tahu dan lebih memahami tentang apa dan bagaimana Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, strategi yang dilakukan adalah, satu: Menyebarkan informasi melalui media sosial, yaitu: Facebook, Instagram, Website, Youtube, Dan Tik-Tok, tujuannya supaya masyarakat tahu dan lebih memahami tentang Ma'had Al-Jami'ah. Kedua: Strategi pendekatan secara person (*Canalizing*), yakni mengulang-ngulang pesan. Ketiga: Strategi marketing, yakni bekerjasama dengan pihak lain, seperti: Pemerintah daerah dan pemerintah tapanuli bagian selatan. Keempat: strategi humas dalam promosi lapangan, yakni ke sekolah SMK, MAN, SMA, dan ke pondok pesantren untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan yakni:

1. Strategi humas dalam menyebarkan informasi melalui media sosial. Strategi pendekatan secara *person (Canalizing)*, yakni mengulang-ulang pesan, strategi marketing yakni bekerjasama dengan pihak lain, yakni pemerintah daerah dan pemerintah tapanuli bagian selatan, begitu juga dengan media cetak dan radio, kemudian strategi humas dalam promosi lapangan, yakni ke sekolah SMK, SMA, MAN, dan ke Pondok Pesantren untuk memperkenalkan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat, dan ditambah lagi dengan menyebarkan brosur, spanduk dan baliho kepada masyarakat.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat: Faktor Pendukung dalam penelitian ini yakni seluruh staf humas yang memiliki keahlian atau pemahaman dalam bidang masing-masing, dosen pegawai, termasuk ustadz/ah Ma'had Al-Jami'ah, serta mahasiswa yang ikut berpartisipasi dalam mempublikasikan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat. Sedangkan Faktor Penghambat dalam penelitian ini adalah kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang *publik speaking*.

B. Saran-saran

Adapun saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Teruntuk pihak Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan agar lebih aktif dalam meng-*up load* konten-konten kegiatan Ma'had Al-Jami'ah dalam setiap media sosial yang digunakan sebagai akun promosi.
2. Teruntuk Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary agar menambah staf ahli konten kreator (*publik speaking*) sebagai sumber daya manusia (SDM) dalam peningkatan promosi Universitas dan Ma'had Al-Jami'ah baik di sosial media dan promosi sosialisasi.
3. Teruntuk Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary agar lebih aktif untuk membagikan link media sosial promosi kepada seluruh dosen pegawai dan mahasiswa, supaya masyarakat mengetahui tentang informasi yang disampaikan oleh pihak humas.
4. Teruntuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber referensi terkait strategi humas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian*, Surabaya: Jakad Publishing, 2019.
- Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- Andi Pratowo, *Memahami Metode-metode Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Debi Eka Putri dkk, *Brand Marketing*, Bandung: Widina Media Utama, 2021.
- Dede Kurniasih, *Kepuasan Konsumen*, Serang: Bintang Sembilan Visitama, 2021.
- Effendy, Onong Uchjana, *Hubungan Masyarakat*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offse, 2012.
- Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Hamonangan dkk, *Blended Learning Dengan Ragam Gaya Belajar*. Yayasan kita menulis, 2020.
- Juhji dkk, *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.
- Kriyanto, *Public Relations & Crisis Manajemen*, Jakarta: Kencana Pernada, 2002.
- Kuswanto & Agung, *Hubungan Masyarakat (Humas)*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offest, 2016.
- Morissan, *Manjemen Publik Relation, Strategi Menjadi Humas Profesional*, Jakarta, 2008.
- Muh. Fitra dan Luthfiya, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, Jawa Barat: Jejak, 2017.
- Mohammad Ali Al Humaidy dkk, *Etnis Tionghoa Di Madura (Interaksi Sosial Etnis Madura Di Sumenep Madura)*, Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.

- Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Muh. Fitra dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif*
- M. Anis Bachtiar, *Metodologi Penelitian Komunikasi Dakwah* Surabaya: UIN Sunan Ampel Perss, 2017.
- M. J Ritonga, *Riset Kehumasan*, Jakarta: PT Gramedia, 2004.
- Nurchayani Putri Lestari , "*Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kete Lalu Lintas Pada Kota Palembang*", Skripsi, Fakultas Dakwa dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2016.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aflikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2022.
- Rumanti & Maria, *Dasar-dasar Public Relations*, Jakarta: PT Gramedia Widiasara Indonesia, 2002.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Rachmat Kriyanto, *Public Relations Writing*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Syahrizal Abbas, *Manajemen Perguruan Tinggi*, Jakarta: KENCANA, 2009.
- Salusu, J, *Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik dan Organisasi non Profit*, Jakarta: Raja Grafindo, 1996.
- Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: ,Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*, Tulunggalung: Akademia Pustaka, 2018.
- Scott M. Cultip & Alleh H. Center, *dalam buku Effective Public Relations*, Prentice Hall, New Jersey,inc, Upper Saddle.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif. DAN R & D*, Bandung: Alfabeta. 2010.
- Sirajuddin Shaleh, *Analisis Data Kualitatif*, Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Suryosubroto, *Humas Dalam Dunia Pendidikan- Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Mitra Grama Widjaya, 2001.
- Salamat Triono Ahmad, *Metodologi Penelitian Medan* : Indah Grafika, 2007.

Tim Penyusu Panduan Akademik, *Panduan Akademik (Padangsidimpuan: Padangsidimpuan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2018.*

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Winda Rahma Sari, *Strategi Publik Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Quran*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018.

Wayan Swendra, *Metodologi Peneliiyan Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, Dan Keagamaan*, Bali:Nilacakra, 2018.

Jurnal:

Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima Daring, diakses melalui (<https://play.google.com/store/apps/details?=buku,kbbi5>). Pada tanggal 28 Maret 2022.

Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima Daring, diakses melalui (<https://play.google.com/store/apps/details?=buku,kbbi5>). Pada ta 28 Maret 2022.

Dian Fauzalia Harmonis, "Strategi Humas Dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah". Jurna: Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bali, Vol, 01. No. 04, 2022, hlm. 428-436, diakses 17 Mei 2022 pukul 16.28 WIB.

Galang Surya Gumilang, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling". Jurna Fokus Konseling, Vol. 02, No. 02, 2016, hlm. 15, diakses pada 24 Mei 2022 pukul 22.21 WIB.

Ira Nur Hairani, "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraaan Sekolah" Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 04, No. 04, 2014, hlm. 9, diakses 23 Juni 2022 pukul 21.07 WIB.

Khoiriuddin Muchtar dan Dede Herdiana, "Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam". Jurnal: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah Vol. 15, No. 02, 2016, hlm. 318, diakses 02 Agustus 2022 pukul 18,50 WIB.

Kurnia Setiyo Rini dkk, Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribuwana Tungadewi, Jurnal: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 06, No. 01, 2017, hlm. 34, diakses 17 Mei 2022 pukul 16.28 WIB.

Rahutomo, Adi Nugroho, "Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir" Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 01, No. 02, 2013, hlm. 324-340 diakses 09 Juni 2022 pukul 21.25 WIB.

T.E Ardoyo, "Peran dan Strategi Humas (Public Relation) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan" Jurnal Imiah Widya, Vol. 01, No. 01, 2013, hlm. 16, diakses 17 Mei 2022 pukul 19.47 WIB.

DOKUMENTASI



Koordinator Biro Humas Ratonggi M.A UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Kamis, 16 Februari 2023 pukul 8.55 WIB



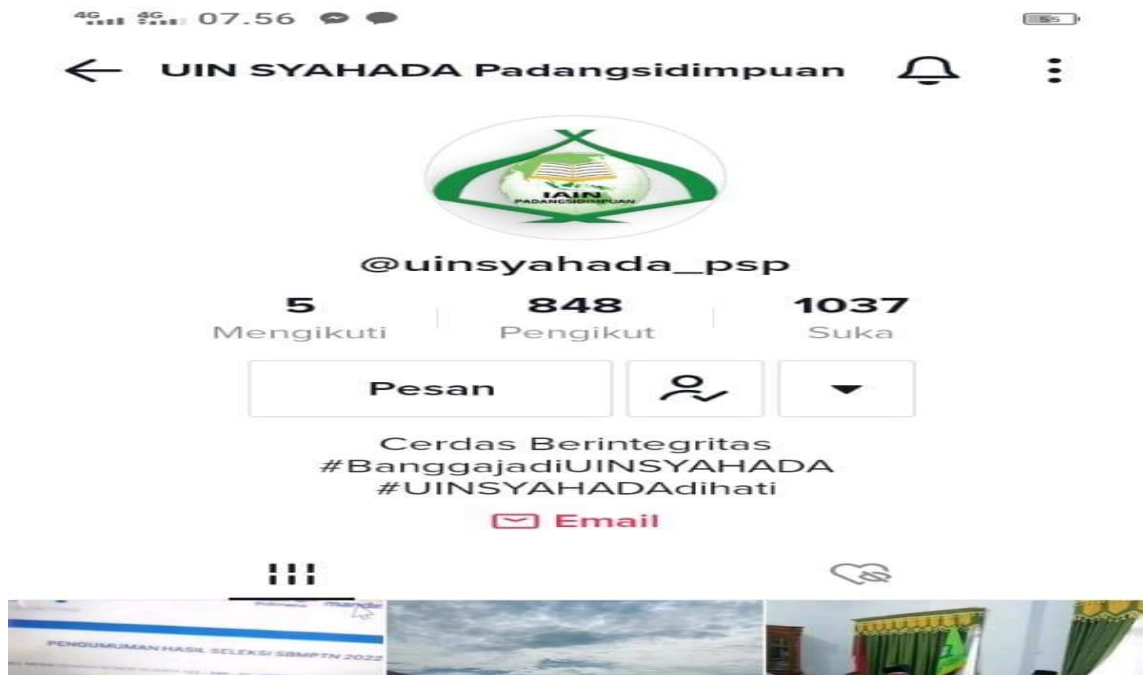
Staf Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Senin, 27 Februari 2023 pukul 12.32 WIB



Staf Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada
Senin, 27 Februari 2023 pukul 13.05 WIB



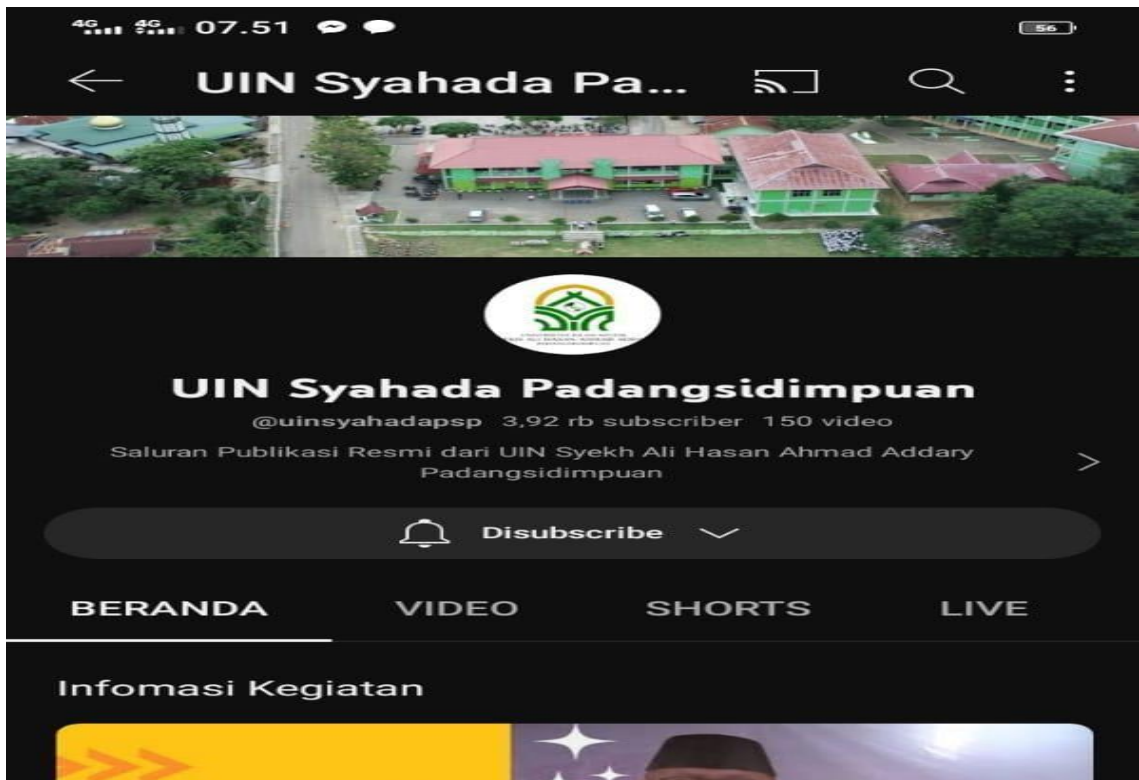
Sataf Biro Akademik Kemahasiswaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan Pada Rabu, 15 Februari 2023 pukul 09.45 WIB



Akun Tik-Tok humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.



Akun Instagram humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan.



Akun Youtube humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan.



Akun Facebook humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan.

Lampiran II

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka pengumpulan data-data dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul “Strategi Humas Uiniversitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Dalam Membangun Citra Positif Ma’had Al-Jami’ah Di Masyarakat Kota Padangsidempuan”. Maka peneliti membuat pedoman observasi sebagai berikut:

1. Melakukan observasi secara langsung lokasi penelitian yakni di kantor Biro Humas Uiniversitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Jl. Rizal Nurdin, KM 4.5 Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara.
2. Mengobservasi secara langsung dengan koordinator dan staff humas pada saat memiliki waktu luang atau sedang tidak melakukan kegiatan di kantor Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Mengobservasi secara langsung sarana dan prasarana yang dimiliki kantor Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Mengobservasi secara langsung bagaimana buku pedoman umum tata kelola kehumasan kantor Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Lampiran II

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan Kasubbag Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan

1. Bagaimana strategi humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dalam membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan saat sosialisasi dilapangan untuk menarik minat calon mahasiswa?
3. Apa saja tugas atau fungsi humas dan berapa orang yang bekerja di bagian humas?
4. Apakah humas mempunyai visi-misi tersendiri?
5. Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki humas?
6. Apakah humas bekerjasama dengan media lain dalam mempromosikan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat?
7. Media sosial apa yang digunakan humas dalam mempublikasikan Ma'had Al-Jami'ah kepada masyarakat?
8. Apa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra positif Ma'had Al-Jami'ah?
9. Apakah jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun meningkat semenjak adanya Ma'had Al-Jami'ah?

B. Wawancara dengan Kasubbag Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan

1. Apakah tugas/fungsi utama bapak sebagai staff humas?
2. Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki humas?
3. Konten seperti apa yang boleh diupload tentang Ma'had Al-Jami'ah dalam akun media sosial humas?

4. Apa saja penghambat yang dialami humas dalam membuat pemberitaan tentang Ma'had Al-Jami'ah di akun media sosial?
5. Berapa banyak orang yang mengakses website humas setiap bulannya?

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Memperoleh data tentang humas strategi untuk membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat kota Padangsidempuan.
2. Memperoleh data dari koordinator humas, dan staf humas yang menyusun strategi untuk membangun citra positif Ma'had Al-Jami'ah di masyarakat.
3. Memperoleh dokumentasi berupa foto interaksi bersama bagian humas di ruangan kantor Biro Humas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Masdelima
NIM : 1830100026
Tempat Tanggal Lahir : Sitorbis, 03 Maret 2000
Alamat : Sitorbis Pargarutan Dolok. Kecamatan Angkola Timur. Kabupaten Tapanuli Selatan
No. Hp /Email : 085346175629 / delimamassiregargmail.com

B. IDENTITAS ORANGTUA

Nama Ayah : Alm. Makmur Siregar
Nama Ibu : Bainur Batubara
Pekerjaan : Petani
Alamat : Sitorbis Pargarutan Dolok. Kecamatan Angkola Timur. Kabupaten Tapanuli Selatan

C. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 100500 Tapus
2. MTS Baiturrahman Parau Sorat
3. MAS Baiturrahman Parau Sorat
4. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Padangsidimpuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1243/Un.28/F.7a/PP.00.9/12/2022

02 Desember 2022

Lamp. : -

Hal : **Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi**

Kepada:

Yth. 1. Dr. Sholeh Fikri, M. Ag
2. Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I

di

Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa/I tersebut dibawah ini sebagai berikut:

Nama : **MASDELIMA**
NIM : **1830100026**
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT KOTA PADANGSIDIMPUAN**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi **Pembimbing-I** dan **Pembimbing-II** penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/I dimaksud.

Demikian Kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu Kami ucapkan terima kasih.

Dekan


Dr. Magdalena, M. Ag
NIP. 197403192000032001

Kaprodi KPI


Barkah Hadamean Harahap, M.I.Kom.
NIP. 197908052006041004

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/TidakBersedia
Pembimbing I


Dr. Sholeh Fikri, M. Ag
NIP. 196606062002121003

Bersedia/TidakBersedia
Pembimbing II


Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I
NIP. 199104172019032007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kola Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximlll (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Nomor : 120 /Un.28/F/PP.00.9/01/2023
Sifat : Penting
Lamp. : -
Hal : **Mohon Bantuan Informasi
Penyelesaian Skripsi**

31 Januari 2023

Yth. Kepada Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Di
Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa :

Nama : Masdelima
NIM : 1830200079
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI
Alamat : Sitorbis Kec. Angkola Timur Kab. Tapsel

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan skripsi dengan judul " **STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MA'HAD AL-JAMI'AH DI MASYARAKAT KOTA PADANGSIDIMPUAN** "

Sehubungan dengan itu, kami bermohon kepada Bapak Rektor untuk dapat memberikan izin pengambilan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut .

Demikian disampaikan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Dekan


Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP 197403192000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 22040
Website: uinsyahada.ac.id

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 467 /Un.28/A1/B.2b/PP.00.9/2/2023

Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan ini memberikan izin kepada:

Nama : **Masdelima**
NIM : 1830200079
Fakultas/Prodi : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi/KPI**
Alamat : **Sitorbis Kec. Angkola Timur Kab. Tapsel**

untuk mengumpulkan data dan informasi dalam menyelesaikan Skripsi dengan judul "**Strategi Humas Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dalam Membangun Citra Positif Ma'had Al-Jami'ah di Masyarakat Kota Padangsidempuan**".

Demikian Surat Izin Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidempuan, 14 Februari 2023

a.n. Rektor,

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Erawadi, M.Ag

NIP. 19720326 199803 1 002 f

Tembusan:
Rektor UIN Syahada Padangsidempuan