

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN  
CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Manajemen  
Pendidikan Islam



Oleh :

**AL MAIDAH**

NIM : 1703036101

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2021**



## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Al Maidah

NIM : 1703036101

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Porgram Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA DI UIN WALISONGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 8 Juni 2021

Pembuat pernyataan,

  
Al Maidah  
NIM: 1703036101





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan  
Telp. 024-7601295 Fax. 024-7615387 Semarang 50185

**PENGESAHAN**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang**  
Nama : Al Maidah  
NIM : 1703036101  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : S1

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 19 Juli 2021

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang

(Agus Khunaifi, M. Ag)  
NIP. 197602262005011004

Sekretaris Sidang

(Dr. Fatkhuroji, M. Pd)  
NIP. 197704152007011032

Penguji I,

(Drs. H. Muslam, M. Ag)  
NIP. 196603052005011001



Penguji II,

(Drs. Walyudi, M. Pd)  
NIP. 196803141995031001

Pembimbing

(Dr. Fatkhuroji, M. Pd)  
NIP. 197704152007011032



**NOTA DINAS**

Semarang, 8 Juni 2021

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah & Keguruan

UIN Walisongo

di Semarang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra di**

**UIN Walisongo Semarang**

Nama : Al Maidah

NIM : 1703036101

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Pogram Studi : S1

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqosyah.

Pembimbing

**Dr. Fatkhuroji, M. Pd**

NIP. 197704152007011032



## ABSTRAK

Judul : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga  
          : UIN Walisongo Semarang  
Penulis : Al Maidah  
NIM : 1703036101

Perguruan tinggi dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi publik. UIN Walisongo Semarang adalah perguruan tinggi yang mampu yang cukup baik. Namun UIN Walisongo masih kurang dikenal oleh masyarakat. Penelitian ini mengambil fokus permasalahan: 1) Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan citra? 2) Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra? 3) Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan citra?.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu teknik wawancara, teknik observasi dan teknik dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data atau pengecekan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program kerja humas dalam meningkatkan citra antara lain: 1) Optimalisasi pengelolaan website, 2) Pengembangan konten media sosial, 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa. Pelaksanaan program kerja humas antara lain: 1) Mengoptimalkan media website sebagai induk informasi UIN Walisongo, 2) Melakukan inovasi terhadap konten-konten yang akan dipublikasikan dengan menarik dan kreatif, 3) Membangun dan merawat jejaring dengan media massa. Evaluasi humas dalam perencanaan dan pelaksanaan program kerja antara lain: 1) Media website mengalami penurunan jika dilihat dari survey *webomatriks*, 2) Media sosial mengalami peningkatan *followers* jika dilihat dari jumlah pengikut tahun sebelumnya, 3) Humas mempunyai relasi yang baik dengan media massa.

Kata Kunci : *Manajemen Humas, Citra Lembaga*



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

### Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

### Bacaan Diftong

au = أُو

ai = أَيُّ

iy = إِيُّ



## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Puji Syukur kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita sehingga sampai pada masa keislaman yang penuh dengan rahmat.

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang” sebagai bagian dari persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam program studi manajemen pendidikan islam. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari Allah SWT, bimbingan dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. Hj. Lift Anis Ma’shumah, M. Ag selaku dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
3. Dr. Fatkhuroji, M. Pd dan Agus Khunaifi, M. Ag selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

4. Pembimbing bapak Dr. Fatkhuroji, M. Ag yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan .
5. Subbag Humas UIN Walisongo Semarang, Ibu Astri Amanati, Bapak Widi Cahya Adi, Bapak Muji Suwarno yang telah bersedia menerima dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.
6. Segenap dosen, staf dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama dibangku perkuliahan.
7. Bapak dan ibu tercinta, bapak Dasmun dan ibu Caridah yang tak henti-hentinya memberikan dukungan baik moral maupun material dan do'a yang tak ada putusnya. Semoga senantiasa bapak dan ibu diberikan keberkahan dan lindungan Allah SWT.
8. Adik beserta keluarga yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan studi.
9. Iqbal Nazarudin Azwar yang telah membantu dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
10. Keluarga besar Corps Lokajaya 2017 PMII Rayon Abdurahman Wahid yang menemani berproses dari mahasiswa baru hingga sekarang. Penulis mengucapkan banyak timakasih dan mohon maaf sebesar-besarnya.
11. Keluarga besar MPI C 2017 dan MPI Angkatan 2017 yang telah kebersamai dalam masa perkuliahan sehingga menjadi sebuah keluarga.

12. Teman dan sahabatku Ajeng, Bela, Alfin, Linda, Iis, Dian, Lilis, Noor yang sudah memberikan dukungan dan semangat sehingga sampai pada titik ini.

Penulis tidak dapat memberikan sesuatu apapun selain ucapan terimakasih dan do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik-baiknya balasan. Aamiin

Dalam penulisan skripsi ini, tentu tidak akan terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran pembaca adalah hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini bisa diperbaiki menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam bidang keilmuan dan kontribusi pemikiran bagi penulis maupun pembaca. Aamiin

Semarang, 22 Juni 2021  
Penulis



**Al Maidah**  
170306101



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : MANAJEMEN HUMAS DAN CITRA LEMBAGA</b>	
A. Deskripsi Teori	
1. Manajemen Humas.....	8
a. Pengertian Manajemen .....	8
b. Penegertian Humas .....	11
c. Pengertian Manajemen Humas .....	12
d. Fungsi Humas .....	13
e. Tugas dan Kewajiban Humas .....	17
f. Program Kerja Humas .....	20
2. Citra Lembaga.....	25
a. Pengertian Citra .....	25
b. Jenis-jenis Citra .....	26

c.	Komponen Pembentukan Citra.....	28
d.	Fungsi Citra Lembaga.....	31
B.	Kajian Pustaka.....	32
C.	Kerangka Berpikir.....	36
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
A.	Jenis Penelitian.....	38
B.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
C.	Sumber Data.....	40
D.	Fokus Penelitian.....	41
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
F.	Uji Keabsahan Data .....	43
G.	Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>: DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA</b>	
A.	Deskripsi Data	
1.	Deskripsi Data Umum.....	48
a.	Sejarah UIN Walisongo Semarang .....	48
b.	Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang .....	49
c.	Struktur Organisasi UIN Walisongo.....	51
d.	Fakultas dan Program Studi UIN Walisongo Semarang .....	53
e.	Profil Humas UIN Walisongo.....	55
f.	Visi, Misi, dan Tujuan Humas UIN Walsiongo .....	55
g.	Struktur Humas UIN Walisongo.....	56

2. Deskripsi Data Khusus.....	57
a. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra .....	57
b. Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Citra .....	62
c. Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Citra UIN Walisongo .....	69
<b>B. Analisis Data</b>	
1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra .....	76
2. Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Citra .....	82
3. Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Citra....	86
<b>C. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>90</b>
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	94
C. Kata penutup .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>127</b>



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara dengan Kasubbag Humas
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara dengan Subbag Humas
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara dengan Subbag Humas
- Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara 01
- Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara 02
- Lampiran 6 Transkrip Hasil Wawancara 03
- Lampiran 7 Catatan Lapangan Observasi
- Lampiran 8 Bukti Reduksi Wawancara 01
- Lampiran 9 Bukti Reduksi Wawancara 02
- Lampiran 10 Bukti Reduksi Wawancara 03
- Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 12 Surat Izin Riset
- Lampiran 13 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Struktur Kepemimpinan UIN Walisongo Semarang.....	51
Tabel 4.2 Struktur Kepemimpinan Fakultas UIN Walisongo .....	52
Tabel 4.3. Struktur Humas UIN Walisongo Semarang .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 4.1 Website UIN Walisongo .....	59
Gambar 4.2. Akun Instagram UIN Walisongo .....	60
Gambar 4.3 Akun Facebook UIN Walisongo .....	60
Gambar 4.4 Akun Twitter UIN Walisongo .....	61
Gambar 4.5 Dokumentasi kegiatan penerimaan calon mahasiswa baru.....	66
Gambar 4.6 Prestasi UIN Walisongo Semarang .....	66
Gambar 4.7 Video menarik dan kreatif .....	67
Gambar 4.8 Pengumuman di website UIN Walisongo .....	67
Gambar 4.9. Dokumentasi kegiatan UIN Walisongo.....	68
Gambar 4.10. Berita UIN Walisongo yang dimuat di media massa online .....	68
Gambar 4.11. Peringkat UIN Walisongo tahun 2019 .....	73
Gambar 4.12. Peringkat UIN Walisongo tahun 2020 .....	74
Gambar 4.13. Akun Instagram UIN Walisongo <i>verified</i> .....	74
Gambar 4.14. Kumpulan berita UIN Walisongo di media massa .....	75
Gambar 4.15. Kumpulan kegiatan UIN Walisongo .....	75



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan hal dasar yang dibutuhkan pada setiap manusia. Setiap orang berhak mendapatkan pendidikan yang layak. Hal tersebut tercantum dalam pembukaan UUD 1945 Pasal 31 ayat 1 yang berbunyi “Setiap warga negara berhak mendapat pendidikan”.<sup>1</sup> Hal tersebut menjadikan banyaknya lembaga pendidikan bersaing untuk memberikan yang terbaik untuk setiap warga negara.

Persaingan sehat antar lembaga pendidikan sudah semakin meningkat maka dari itu, lembaga pendidikan dituntut harus mampu memberikan layanan yang terbaik untuk peserta didik/mahasiswa maupun masyarakat . Hal tersebut dikemukakan oleh Zulkurnain Nasution, sebagai berikut:

Lembaga pendidikan semakin dituntut untuk memberikan manajemen dan layanan yang profesional kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat dan kebutuhan masyarakat melanjutkan pendidikan. Masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan sekarang ini lebih kritis dalam memilih lembaga pendidikan. Sikap masyarakat seperti itu menuntut lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan image yang positif lembaganya di mata masyarakat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Dasar 1945, *Hak Mendapat Pendidikan*, Pasal 31 ayat 1

<sup>2</sup> Wina Puspita Sari dan Asep Sugiarto, “Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan”, *Jurnal Communicology*, (Vol. 7, No. 1, tahun 2019), hlm. 49

Perguruan Tinggi merupakan lembaga pendidikan tertinggi yang peran dan fungsinya sangat diharapkan publik. Perguruan tinggi dituntut untuk memberikan pelayanan pendidikan yang baik . Selain itu, biaya pendidikan perguruan tinggi yang mahal menjadikan masyarakat sangat selektif dalam memilih perguruan tinggi. Maka dari itu, setiap lembaga memerlukan citra yang baik agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Citra positif sangat diperlukan untuk memberikan profil perguruan tinggi yang berkualitas. Maka dari itu diperlukan bagian humas untuk membantu menyelesaikan tugas tersebut. Peran humas dalam lembaga perguruan tinggi diantar mengelola opini publik agar tercipta opini publik yang menimbulkan kesan positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan.<sup>3</sup>

Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Salah satunya adalah citra terhadap lembaga pendidikan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Wina Puspita Sari dan Asep Sugiarto, “Fungsi dan Peran Humas.....”, hlm. 50

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, tahun 2008), hlm.80

UIN Walisongo Semarang merupakan salah satu perguruan tinggi yang mempunyai prestasi, sehingga dapat menciptakan opini publik yang baik salah satunya, menurut UI Greenmetric World University, UIN Walisongo Semarang mendapat penghargaan kategori kampus-kampus yang berwawasan lingkungan dengan menempati peringkat kedua nasional untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) se-Indonesia, peringkat ke-33 nasional dari seluruh kampus di Indonesia, dan peringkat 436 dari seluruh kampus di dunia.<sup>5</sup>

UIN Walisongo Semarang resmi beralih status dari IAIN menjadi UIN pada tahun 2014. Peralihan status tersebut menjadikan UIN sebagai kampus yang sama dengan kampus umum lainnya, artinya bidang keilmuan yang ada di UIN Walisongo tidak hanya tentang ilmu agama saja, melainkan ilmu-ilmu umum. Namun hal tersebut masih kurang diketahui oleh masyarakat, UIN Walisongo masih dianggap sebagai lembaga dakwah islam. Nama UIN Waliosngo masih belum terkenal di masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang masih menyebut UIN Walisongo dengan sebutan IAIN Walisongo.

Untuk memberikan citra yang baik kepada masyarakat, humas perlu mengupayakan program-program yang melibatkan masyarakat. Humas UIN Walisongo Semarang mempunyai

---

<sup>5</sup> <https://ppid.walisongo.ac.id/uin-walisongo-semarang-peringkat-dua-ptkin-paling-lestari/> , diakses 14 Februari 2021

beberapa program kegiatan diantaranya adalah pengelolaan berita, pengelolaan media sosial dan media cetak, menjalin komunikasi dan koordinasi dengan pihak lain (media massa, lingkaran PTUKIN dan PTUKIS), mendokumentasikan kegiatan yang diselenggarakan UIN Walisongo, Best Project seperti *annual report*, menyusun laporan rektor, dan mendesain *Dies Natalies*, dan sebagainya.<sup>6</sup>

Media yang digunakan dalam publikasi adalah *website*, dalam memberikan informasi mengenai program dan kebijakan UIN Walisongo, selain itu humas memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube*. Di era digital ini, banyak dari anak muda khususnya mahasiswa lebih suka menggunakan media sosial sebagai media informasi. Hal tersebut sudah menjadi hal yang biasa dalam kehidupan sehari-hari, maka dari itu humas harus mampu mengikuti perkembangan zaman, agar informasi yang disampaikan tepat sasaran.

Dilihat dari program-program diatas, humas masih minim berinteraksi dengan masyarakat sehingga opini publik belum maksimal. Program-program yang dilaksanakan oleh humas belum maksimal dalam melibatkan masyarakat. Dalam membentuk opini publik dan citra positif diperlukan upaya untuk secara aktif bersinggungan dengan masyarakat langsung.hal

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Sub Bagian Humas, Bapak Fajrul, 7 Januari 2021, Pukul 19.05 WIB

tersebut dapat membantu tujuan, visi, dan misi UIN Walisongo Semarang.

Dalam meningkatkan citra postif lembaga diperlukan manajemen yang baik. Manajemen secara etimologi berasal dari bahasa inggris dari kata *to manage* dengan arti mengurus, mengatur, menggerakkan, membimbing.<sup>7</sup> Sedangkan manajemen humas adalah dapat dilihat dari konseptual, fungsional, dan unsur-unsurnya dalam aktivitas atau kegiatan serta faktor-faktor yang memengaruhi pengertian manajemen humas dalam suatu organisasi.<sup>8</sup>

Menurut Mc Elreath, bahwa kegiatan manajemen humas mencakup fungsi-fungsi pokok manajemen secara umum-perencanaan pengorganisasian, kepemimpinan, penyusunan kepegawaian, pengkomunikasian, pengawasan, dan penilaian.<sup>9</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas, humas tidak lepas dari manajemen, artinya humas bukanlah merupakan fungsi yang terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut alias bersifat melekat pada manajemen perusahaan.<sup>10</sup> Program humas tidak akan berjalan dengan baik tanpa proses manajemen yang baik. Salah satunya dalam meningkatkan citra, diperlukan

---

<sup>7</sup> John M.Echol dan Hasan Shadily, *Kamu Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia, tahun 2006), hlm. 372

<sup>8</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, tahun 2018), hlm. 30

<sup>9</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.31

<sup>10</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.30

perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang baik agar dapat mencapai tujuan dan mendapatkan hasil yang maksimal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil beberpa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?
2. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?
3. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk memahami humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang
2. Untuk memahami pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang
3. Untuk memahami evaluasi humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dalam mengetahui manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perkembangan teori humas.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan referensi dan pertimbangan untuk mengambil langkah-langkah manajemen hubungan masyarakat guna meningkatkan citra lembaga. Selain itu sebagai memberikan sumbangan pemikiran dan perbaikan dalam humas.

## **BAB II**

### **MANAJAEMEN HUMAS DAN CITRA LEMBAGA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Manajemen Humas**

###### **a. Pengertian manajemen**

Manajemen berasal dari kata *manage* (bahasa latinnya: *manus*), yang berarti: memimpin, mengatur, atau membimbing. Istilah manajemen memiliki berbagai pengertian, secara universal manajemen adalah penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran dan kinerja yang tinggi dalam berbagai tipe organisasi profit ataupun nonprofit.<sup>1</sup>

George R. Tery mendefinisikan manajemen sebagai proses yang khas dan terdiri atas tindakan-tindakan, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>2</sup> Menurut Husaini Usman menjelaskan bahwa manajemen dalam arti luas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan sumberdaya

---

<sup>1</sup> Mukarom, Zainal, *Manajemen Public Relation*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 104

<sup>2</sup> Zainal, *Manajemen Public Relation*, hlm. 104

organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.<sup>3</sup>

Dalam islam, terdapat pengertian yang sama dengan hakikat manajemen, yakni mengatur yang terdapat dalam al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat As- Sajdah ayat 5 yang berbunyi sebagai berikut :

مِقْدَارَهُ كَانَ يَوْمٍ فِي إِلَيْهِ يَرْجُؤُا تَمَّ الْأَرْضِ إِلَى السَّمَاءِ مِنَ الْأَمْرِ يُدبِّرُ  
تَعْدُونَ مِمَّا سَنَةِ أَلْفَ

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.” (Q.S. as-Sajdah/32: 5)

Dari definisi manajemen diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen merupakan suatu proses yang meliputi hal-hal sebagai berikut:<sup>4</sup>

1) Perencanaan (*planning*)

Meliputi; penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang akan terjadi.

2) Pengorganisasian (*organizing*)

---

<sup>3</sup> Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 6

<sup>4</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 1-3.

Meliputi; pemberian tugas terpisah kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan jalur wewenang, mendelegasikan dan menetapkan sistem komunikasi, serta mengoordinir kerja setiap karyawan dalam satu tim yang solid dan terorganisasi.

3) Penyusunan Formasi (*staffing*)

Meliputi; menentukan persyaratan personel yang akan diperkerjakan, merekrut calon karyawan, menentukan *job description* dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, melakukan penilaian dan pelatihan termasuk di dalamnya pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan sebagai acuan untuk penyusunan setiap fungsi dalam manajemen organisasi.

4) Memimpin (*leading*)

Meliputi; membuat orang lain melaksanakan tugasnya, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif khususnya dalam metode komunikasi dari atas ke bawah atau sebaliknya sehingga timbul saling pengertian dan kepercayaan yang baik. Menumbuhkembangkan disiplin kerja dan *sense of belonging* (rasa memiliki) pada setiap karyawan dan jajaran manajemen (publik internal).

5) Pengawasan (*controlling*)

Fungsi terakhir manajemen ini mencakup; persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan/organisasi dalam upaya pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.

## **b. Pengertian Humas**

Definisi Humas yang diambil dari The British Institute of Public Relations, berbunyi: “Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics” (Aktivitas Publik Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).<sup>5</sup>

Humas menurut para wakil pakar Humas negara maju yang menghasilkan definisi humas dan dinamakan *The Statement of Mexico*, berbunyi:

Public Relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.<sup>6</sup>

Definisi Humas menurut Zulkarnaen Nasution adalah sebagai fungsi manajemen yang khas antara

---

<sup>5</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 16.

<sup>6</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 17

organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal (dosen/ guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan public eksternal (orang tua mahasiswa/ orang tua siswa, masyarakat dan institusi luar.<sup>7</sup>

### c. Pengertian Manajemen Humas

Definisi manajemen humas menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:<sup>8</sup>

- 1) Manajemen humas itu diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi baik kedalam maupun keluar, manajemen humas fokus pada hal yang berkaitan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi dan publik relation. (Saihudin, 2018)
- 2) Manajemen hubungan masyarakat merupakan alat manajemen yang memiliki posisi sangat penting dalam menentukan output yang dihasilkan oleh hubungan masyarakat. (Putri, 2018)
- 3) Manajemen humas adalah pengaturan tentang hubungan masyarakat (internal dan eksternal), berkaitan dengan citra lembaga Pendidikan, agar *image* dan kualitas tetap mendapat perhatian dari masyarakat,

---

<sup>7</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 11

<sup>8</sup> Bernadetha Nadeak, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 22

bahkan mengalami perubahan dan pengembangan.  
(Maskur, 2018)

Menurut Mc Elreath manajemen humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan public hingga menangani kasus manajemen krisis.<sup>9</sup>

Secara sederhana manajemen humas adalah salah satu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta mengkoordinasikan dengan serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama bagi sebuah lembaga atau organisasi.<sup>10</sup>

#### **d. Fungsi Humas**

Peranan humas dalam sebuah organisasi berkaitan dengan tujuan utama

---

<sup>9</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 31

<sup>10</sup> Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relation: Konsep dan Aplikasinya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 15

dan fungsi-fungsi manajemen. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan atau pencapaian suatu tujuan pokok dari organisasi/lembaga dan biasanya berkaitan dengan memanfaatkan berbagai potensi sumber-sumber (sumber daya) yang dimiliki oleh organisasi/lembaga tersebut.<sup>11</sup> Fungsi humas menurut Edward L. Bernay, terdapat 3 fungsi utama humas, yaitu:<sup>12</sup>

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat
- 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
- 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Fungsi humas menurut pakar humas internasional, Cutlip & Centre, and Canfield dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi)
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.

---

<sup>11</sup> Ruslan, Manajemen Public Relations..., hlm.12

<sup>12</sup> Ruslan, Manajemen Public Relations..., hlm.18

- 3) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
- 4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.<sup>13</sup>

Fungsi Humas menurut Cutlip dan Center, fungsi Public Relations

- 1) Hubungan internal. Hubungan internal merupakan bagian khusus Public Relations yang membangun dan yang mempertahankan hubungan baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan (staf) tempat organisasi mengantungkan kesuksesannya.
- 2) Publisitas. Publisitas merupakan sumber-sumber informasi yang sudah disediakan oleh Public Relations dan digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita tersendiri. Metode Dalam penempatan pesan di media ini adalah pesan dimana media ini adalah metode yang tidak bisa dikontrol (uncontrolled) sebab

---

<sup>13</sup> Ruslan, Manejemen Public Relations..., hlm.19

sumber informasi ini tidak memberi bayaran kepada media untuk pemuatan informasi tersebut.

- 3) *Advertising*. Informasi yang digunakan oleh Public Relations ini untuk menjangkau audien yang lebih luas, bukan hanya untuk konsumen yang menjadi sasaran marketing, akan tetapi dimana informasi yang ditempatkan di media oleh sponsor tertentu yang jelas identitasnya yang membayar ruang dan waktu penempatan informasinya tersebut. Ini adalah metode terkontrol dalam menempatkan pesan di media ini.
- 4) Penciptaan berita dan peristiwa yang bernilai berita diciptakan *Press agentry* untuk menarik media masa dan mendapatkan perhatian publik. Hal ini banyak praktisi Public Relations kadang-kadang menggunakan taktik *Press agentry* untuk menarik perhatian media kepada kliennya, organisasinya, atau tujuannya. Tetapi Public Relations lebih dari sekedar *Press agentry*.
- 5) Public affairs. Bagian khusus dari Public Relations yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dengan komunitas lokal dalam rangka memengaruhi kebijakan publik.
- 6) Lobbying. Ini juga bagian khusus dari Public Relations yang berfungsi untuk menjalin dan juga memelihara hubungan dengan pemerintah terutama dengan tujuan

memengaruhi penyusunan undang-undang dan regulasi yang sudah ditetapkan.

- 7) Manajemen isu. Proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespon isu-isu kebijakan publik yang memengaruhi hubungan organisasi dengan publik mereka.
- 8) Hubungan investor. Bagian dari Public Relations ini juga terdapat didalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungannya yang bermanfaat dan saling menguntungkan dengan shareholder dan pihak lain di dalam komunikasi keuangan dalam rangka memaksimalkan nilai pasar tertentu.<sup>14</sup>

**e. Tugas dan kewajiban humas**

Adapun tugas dan kewajiban utama humas dalam lembaga pendidikan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyampaikan pesan, informasi dari lembaga pendidikan secara lisan, tulis, atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar, tepat mengenai kondisi lembaga pendidikan, tugas dan kegiatannya.
- 2) Melakukan studi dan analisis atas tanggapan publik terhadap kebijaksanaan dan tindakan lembaga pendidikan.

---

<sup>14</sup> Mifrohatul Musyarrofah, “Peran Humas dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi”, *Jurnal Idaarah*, (Vol. 2, No. 1, tahun 2018), hlm. 15-16

- 3) Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan publik.<sup>15</sup>

Adapun pendapat lain dari Nawawi yang mengemukakan bahwa tugas-tugas pokok atau beban kerja humas suatu organisasi atau lembaga dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi dan menyampaikan ide (gagasan) kepada masyarakat atau pihak-pihak yang membutuhkannya. Menyebarkan informasi dan gagasan-gagasan itu agar diketahui maksud dan tujuannya serta kegiatan-kegiatannya termasuk kemungkinan dipetik manfaatnya oleh pihak-pihak diluar organisasi.
- 2) Membantu pimpinan yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya.
- 3) Membantu pimpinan mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu. Dengan demikian pimpinan selalu siap dalam memberikan bahan-bahan informasi yang *up to date*.

---

<sup>15</sup> Opan Arifudin, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 44

- 4) Membantu pimpinan dalam mengembangkan rencana dan kegiatan-kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat (*public service*) sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar, yang ternyata menumbuhkan harapan atau penyempurnaan policy atau kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.<sup>16</sup>

Sedangkan menurut Nasution (2006) mengatakan agar tugas-tugas humas perguruan tinggi dapat berjalan dengan efektif maka:

- 1) Humas perlu diberi wewenang mendapatkan informasi dari semua unit di universitas melalui rapat pimpinan.
- 2) Humas perlu diberi wewenang menyampaikan ide pada forum-forum resmi.
- 3) Humas sebagai lembaga harus dilengkapi dengan struktur yang lengkap, peralatan yang memadai dan staf humas yang professional
- 4) Status humas perlu dekat dengan pimpinan perguruan tinggi (Rektor), karena akan lebih efektif kalau secara struktur dapat langsung pada top manajemen

---

<sup>16</sup> Opan Arifudin, *Manajemen Humas ...*, hlm. 45-46

- 5) Agar sumber daya manusainya berkualitas, rekrutmen tenaga humas perguruan tinggi harus selektif.<sup>17</sup>

**f. Program kerja humas**

Program kerja humas yang baik harus didasarkan pada pemahaman yang tepat terhadap persoalan kehumasan yang dihadapi oleh sebuah organisasi. Kegiatan humas yang efektif pada dasarnya adalah sebuah proses yang diawali dengan penentuan masalah melalui penelitian. Menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center (1982: 139), sebagai landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja humas dapat dilakukan melalui empat proses tahapan atau Langkah-langkah pokok, yaitu:

- 1) *Research* - Penemuan Fakta

Pada tahap ini, akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi. Penemuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah opini, sikap, dan reaksi (situasi dan pendapat) dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat organisasi, instansi atau perusahaan. Sehubungan kegiatan penemuan fakta ini, khususnya menyangkut *opinion research*, maka Cutlip dan Center menemukan empat tahap penelitian yaitu:

---

<sup>17</sup> Lena Satlita, Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi, (Vol. VII, No. 1, tahun 2007), hlm.23

- a) Penelitian tentang situasi yang sedang terjadi (*current situation*), khususnya mengenai apa yang sedang dipikirkan orang dan mengapa.
  - b) Penelitian tentang prinsip-prinsip dasar humas yang sedang dilaksanakan oleh organisasi atau perusahaan.
  - c) Penelitian tentang hasil, bagaimana orang memberikan reaksi terhadap protesting yang diadakan oleh organisasi atau perusahaan, misalnya terhadap reaksi pendapat atau suatu iklan maupun artikel khusus yang ditulis oleh bagian humas
  - d) Mengadakan evaluasi mengenai bagaimana orang memberikan reaksi dan responnya terhadap stimuli lainnya yang diberikan oleh organisasi ataupun perusahaan.
- 2) Perencanaan dan mengambil keputusan (*Planing-Decision*)

Perencanaan merupakan tahap yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi/perusahaan. Berdasarkan hasil *fact finding*, dalam tahap ini sejumlah langkah yang perlu dilakukan, yaitu:

- a) Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh humas ketika mengirim pesan tertentu

- b) Mengolah data yang diperolehnya tentang berbagai faktor yang diperlukan
  - c) Merumuskan bagaimana pesan harus disebarakan
  - d) Menentukan teknik komunikasinya
  - e) Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperolehnya pada tahap *fact finding*
  - f) Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak lain dan organisasinya sendiri guna memperoleh langkah terbaik
  - g) Mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh serta merumuskannya sesuai dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi dan tempat.
- 3) Komunikasi – pelaksanaan (*Communication – Action* )

Menurut Ngurah (1999) implementasi program kehumasan dilakukan tidak hanya dengan program komunikasi, tetapi juga program tindakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi organisasi. Kedua cara tersebut perlu dilakukan karena masalah hubungan perusahaan dengan publik tidak saja disebabkan kesalahan berkomunikasi tetapi juga faktor-faktor non komunikasi (kesalahan berperilaku, membuat kebijakan, dll). Humas perlu mengusulkan program tindakan untuk menunjang penyelesaian masalah. Sebagai contoh untuk melakukan sebuah program kampanye kebersihan, program tindakan (menunjang) yang perlu dilakukan adalah antara lain

penyediaan tong sampah di tempat umum dan pengangkutan sampah.

4) Evaluasi (*Evaluation*)

Pada tahapan ini humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas lainnya yang telah dilaksanakan, serta keefektivitasan dari teknik-teknik manajemen, dan komunikasi yang telah dipergunakan. Sedangkan menurut Kendall (1992), evaluasi dapat dilakukan melalui tujuh kategori untuk mengetahui program humas berhasil/efektif yaitu:

- a) Pencapaian sasaran (*goal achievement*), sejauh mana tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai
- b) Pengukuran perbaikan (*measurement of improvement*), apakah situasi sudah mengalami perbaikan (sikap/pengetahuan publik)
- c) Pengukuran hasil (*measurement of result*), yaitu evaluasi pada apa yang sudah dibuat/dihasilkan program humas, tapi belum pada pencapaian tujuan yang tetap
- d) Efisiensi biaya (*cost efficiency*), yaitu mengukur sukses program humas dengan menghitung nilai uang yang dihasilkan program humas dengan usaha-usaha atau jumlah uang yang dikeluarkan (*cost benefit analysis*,

membandingkan nilai yang diperoleh dengan sumber daya yang dihabiskan)

- e) Perubahan organisasi (*organizational change*), yaitu evaluasi terhadap program humas apakah berpengaruh pada perubahan dalam organisasi (misal: karyawan jadi kompak, dll)
- f) Harapan-harapan tak terakulasi (*unarticulated hopes*), yaitu evaluasi terhadap harapan-harapan pihak manajemen yang tidak terakulasi dengan baik. Setiap tujuan program harusnya sudah teridentifikasi dengan jelas seluruh harapan-harapan yang dimiliki oleh pihak manajemen.<sup>18</sup>

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan dan sasaran humas adalah sebagai berikut:

- 1) Membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*)
  - a) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif
  - b) Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- 2) Menghadapi krisis (Facing of Crisis)

---

<sup>18</sup> Lena Satlita, Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi, hlm.17-19

- a) Menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan yang bertugas memperbaiki.
- 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public causes*)
  - b) Mempromosikan yang menyangkut kepentingan public
  - c) Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

## **2. Citra Lembaga**

### **a. Pengertian Citra**

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudny bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari public (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.<sup>19</sup>

Menurut Kotler mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki orang

---

<sup>19</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.75

terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dipengaruhi oleh objek tersebut.<sup>20</sup>

## **b. Jenis-jenis Citra**

Menurut Frank Jefkins ada beberapa jenis citra (*image*), antara lain sebagai berikut:

- 1) Citra cermin (*mirror image*) adalah citra cermin yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama pimpinannya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra di masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa terjadi justru mencerminkan “citra” negatifnya yang muncul.
- 2) Citra kini (*current image*) merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/organisasi atau hal yang lain berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak humas akan menghadapi risiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk (*prejudice*) dan hingga muncul kesalahpahaman (*misunderstanding*) yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan negative diperolehnya.

---

<sup>20</sup> Erwin Indrioko, “Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam”, *Jurnal Universum* (Vol. 9, No. 2, tahun 2015). Hlm. 267

- 3) Citra keinginan (*wish image*) adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/perusahaan atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.
- 4) Citra perusahaan (*corporate image*) adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*) sebagainya. Dalam hal ini pihak humas berupaya atau bahkan ikut bertanggungjawab untuk mempertahankan citra perusahaan, agar mampu memengaruhi harga sahamnya tetap bernilai tinggi (*liquid*) untuk berkompetisi di pasar bursa.
- 5) Citra serbaneka (*multiple image*) merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak humas akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, *brand name*, seragam (*uniform*) para front liner, sosok Gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya. Semua itu

diidentifikasi ke dalam suatu citra serbaneka yang diintegrasikan terhadap citra perusahaan.

- 6) Citra penampilan (*performance image*) lebih ditujukan kepada subyeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan. Misalnya dalam memberikan berbagai bentuk dan kualitas pelayanannya, menyambut telepon, tamu, dan pelanggan serta publiknya harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik.<sup>21</sup>

### c. Komponen Pembentukan Citra

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, terdapat empat komponen pembentukan citra:

- 1) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

---

<sup>21</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, hlm.77-79

- 2) Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- 3) Motivasi yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
- 4) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek *evaluative* artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 116

Menurut Siswanto Sutojo mengemukakan, citra sekolah/madrasah/lembaga yang baik dan kuat mempunyai dampak sebagai berikut:

- 1) Daya saing jangka menengah dan Panjang yang mantap  
Dimana citra yang baik dan kuat akan menjadi identitas atau kepribadian sekolah/madrasah/lembaga yang tidak mudah ditiru lembaga lain sekaligus melindungi lembaga pesaing.
- 2) Menjadi daya tarik eksekutif andal  
Lembaga yang memiliki citra baik dan kuat akan mampu menarik, memotivasi dan menahan eksekutif andal yang merupakan asset penting penggerak roda lembaga
- 3) Meningkatkan efektivitas sekolah  
Dengan citra yang sudah terbentuk dengan baik, dalam mempromosikan jasa layanan pendidikan di masyarakat
- 4) Penghematan biaya operasional  
Sebuah lembaga dengan citra yang baik dan kuat akan membutuhkan biaya untuk mempromosikan sekolah/madrasah/lembaga lebih sedikit atau lebih hemat dibandingkan dengan sekolah/madrasah/lembaga yang belum dikenal masyarakat.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Syarifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 159-160

#### **d. Fungsi Citra Lembaga**

Citra lembaga fungsi atau peranan penting dalam memberikan pengaruh mengenai peilaian publik dalam melakukan Tindakan. Dalam lembaga Pendidikan, citra mempunyai pengaruh terhadap masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan yang baik. Menurut Gronroos, mengidentifikasi empat peran citra bagi suatu lembaga, sebagai berikut:

- a) Citra menceritakan harapan
- b) Penyaring yang memengaruhi persepsi pada Lembaga
- c) Fungsi dari pengalaman dan juga harapan masyarakat
- d) Pengaruh penting bagi sekolah<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2003), hlm. 1999

## B. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori terdahulu.<sup>25</sup> Penulis menyadari ada banyak penelitian baik skripsi, tesis, jurnal, maupun karya ilmiah lainnya, yang membahas permasalahan yang sama sebelumnya. Maka dari itu, untuk menghindari pengulangan penelitian yang sama dan untuk perbandingan penelitian sebelumnya, beberapa penelitian yang sudah ada antara lain sebagai berikut:

1. Jurnal penelitian Sisillia Herlina (2015) Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang dengan judul “*Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah di Kota Malang*”. Hasil dari penelitian ini adalah strategi humas sekretariat kota Malang dalam membentuk citra pemerintahan, dengan melaksanakan dua komunikasi yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal yaitu dengan cara menggerakkan karyawan dalam memberikan pelayanan yan terbaik kepada masyarakat. Sedangkan komunikasi eksternal yaitu dengan membuat *pres release* oleh para karyawan dan mahasiswa magang dari Universitas Brawijaya.
2. Skripsi Muhammad Afyfy Masyhuda (2019) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul “*Strategi Hubungan*

---

<sup>25</sup> Consuelo G. Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1993), hlm. 31.

*Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu*". Hasil penelitian ini adalah strategi yang digunakan humas dalam meningkatkan citra adalah strategi ke dalam (internal) dan strategi ke luar (eksternal). Strategi ke dalam (internal) yang dilakukan antara lain adalah mengadakan hubungan masyarakat dengan wali murid, meningkatkan kemampuan tenaga pendidik dalam bidang agama, mengadakan evaluasi dengan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Sedangkan strategi ke luar (eksternal) yaitu dengan meningkatkan kerjasama dengan masyarakat dan instansi lain dan mempublikasikan kegiatan madrasah.<sup>26</sup>

3. Skripsi Adi Darma (2019) UIN Sumatera Utara Medan dengan judul "*Manajemen Humas dalam Membangun Partisipasi Masyarakat*". Hasil penelitian ini adalah membahas tentang perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan strategi humas dalam membangun partisipasi masyarakat. Dalam perencanaan humas diadakan rapat dinas diawal tahun ajaran yang dilakukan secara terbuka. Pelaksanaan yang dilakukan yaitu merealisasikan program kerja yang telah direncanakan. Evaluasi yang dilakukan yaitu mengadakan rapat setiap 6 bulan sekali dan *monitoring* kinerja humas.

---

<sup>26</sup> Muhammad Afyfy Masyhuda, "Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu", *Skripsi* (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2019).

Strategi yang diterapkan humas yaitu strategi tertulis, strategi lisan, dan strategi elektronik.<sup>27</sup>

4. Jurnal Penelitian Saiful Annur dan Ulia Audina (2019) UIN Raden Fatah Palembang dengan rjudul “*Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang*”. Hasil dari penelitian ini adalah peran humas dalam membangun citra dengan memberikan pelayanan yang baik dan meningkatkan kualitas Pendidikan dan kinerja guru untuk dapat diikutsertakan dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan.<sup>28</sup>
5. Skripsi Haryanti Yuliani (2019) IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan judul “*Kinerja Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Provinsi Banten*”. Hasil dari penelitian ini membahas tentang kinerja dan tugas humas Provinsi Banten dalam meningkatkan citra, selain itu penelitian ini membahas tentang strategi humas yang digunakan dalam meningkatkan citra yaitu mengelola informasi, membentuk opini publik, dan melaukan kerjasama pers.<sup>29</sup>

---

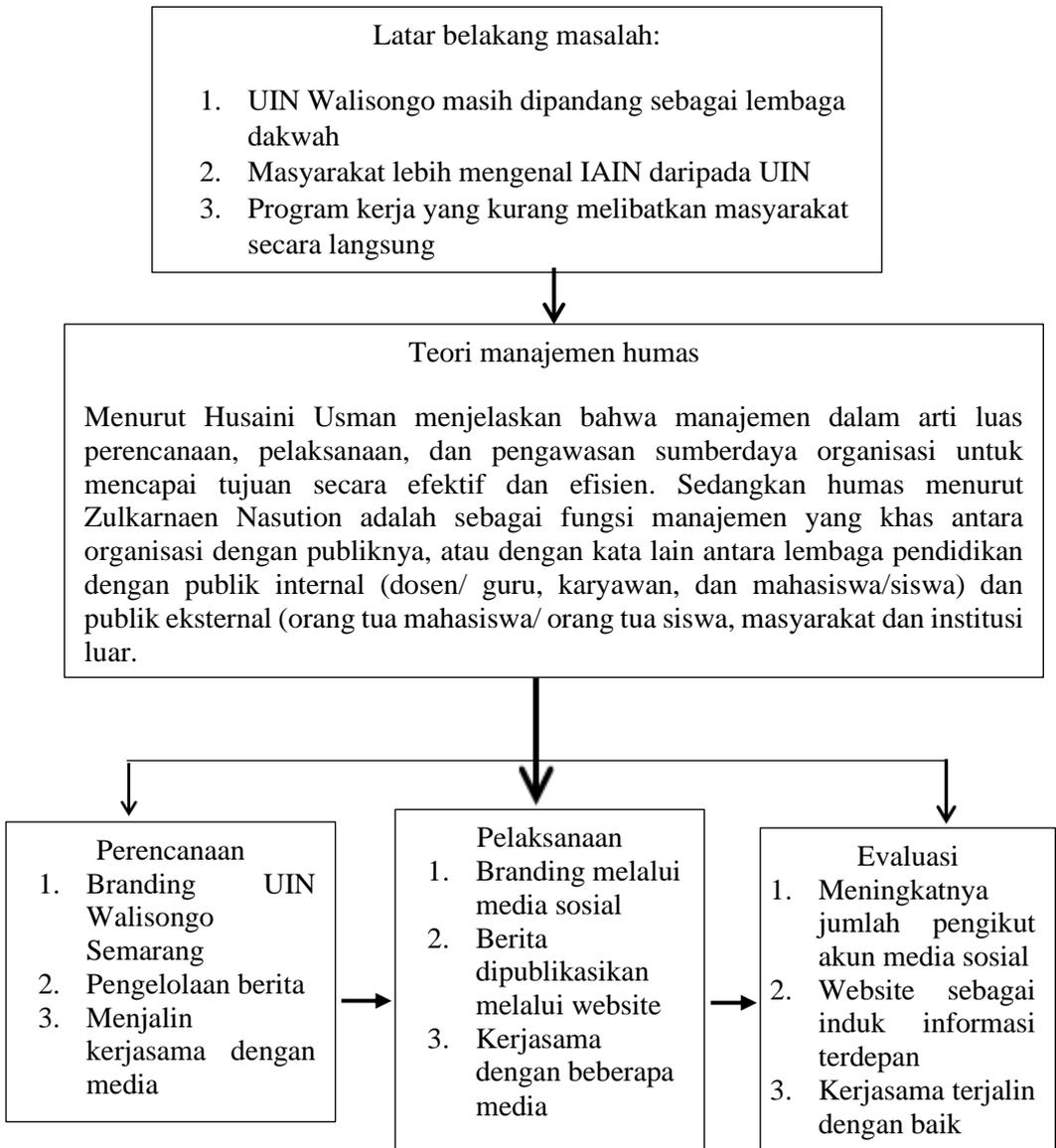
<sup>27</sup> Adi Darma, “Manajemen Humas Dalam Membangun Partisipasi Masyarakat”, *Skripsi* (Medan: UIN Sumatera Utara, 2019).

<sup>28</sup> Saiful Annur dan Ulia Audina, “Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang”, *Jurnal Nuansa* (Vol. XII, No.2, tahun 2019).

<sup>29</sup> Haryanti Yuliani, “Kinerja Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Provinsi Banten”, *Skripsi* (Banten: IAIN Sultan Maulana Hasanudin, 2019).

Dari beberapa penjelasan penelitian diatas, penelitian ini memiliki persamaan yaitu dari segi metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dan objek penelitian mengenai humas. Namun dilihat dari hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini mempunyai perbedaan yaitu dari subyek penelitian dan hasil penilitian. Jika penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi komunikasi humas,peran, strategi, dan kinerja humas, sedangkan penelitian ini membahas mengenai manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang.

### C. Kerangka Berfikir





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Opini publik yang terbentuk di masyarakat tentang UIN Walisongo Semarang adalah bahwa UIN Walisongo dianggap sebagai lembaga dakwah. Nama UIN Walisongo masih kurang terkenal, masyarakat masih menyebut UIN Walisongo sebagai IAIN Walisongo. Hal tersebut mengharuskan humas untuk berupaya meningkatkan citra UIN Walisongo di masyarakat luas. Dalam menjalankan program humas, perlunya manajemen yang baik agar program tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan. Manajemen humas dalam meningkatkan citra sangat perlu untuk melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar program kerja humas mendapatkan hasil yang maksimal.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi.<sup>1</sup>

Bogdan & Taylor (1975:5), mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>2</sup>

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, adalah data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar angka atau frekuensi. Peneliti menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, mendalam yang

---

<sup>1</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), hlm. 87

<sup>2</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 89

menggambarkan situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data.<sup>3</sup>

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negri (UIN) Walisongo Semarang yang merupakan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negri (PTKIN) pertama di Provinsi Jawa Tengah. UIN Walisongo Semarang terbagi menjadi 3 kampus, kampus 1 terletak di Jalan Walisongo No. 3-5, Ngaliyan, Semarang. Sedangkan kampus 2 dan 3 terletak di Jalan Prof. Dr. Hamka, Ngaliyan, Semarang. UIN Walisongo mempunyai letak yang strategis, sehingga dapat mempermudah jalannya penelitian.

UIN Walisongo merupakan salah satu universitas yang mempunyai banyak program kegiatan baik internal maupun eksternal kampus. Maka dari itu, humas mempunyai peran penting dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang.

Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan kemudahan dalam memperoleh data, peneliti lebih memfokuskan pada masalah yang akan diteliti karena lokasi penelitian dekat dengan peneliti dan sesuai dengan kemampuan. Dari beberapa alasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di UIN Walisongo.

---

<sup>3</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 96

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan bulan Februari sampai dengan bulan Mei 2021. Dengan waktu yang cukup lama maka akan diketahui data yang digunakan untuk penelitian tentang situasi dan kondisi pada humas UIN Walisongo Semarang.

## C. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun sumber data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>4</sup> Data primer penelitian ini diperoleh dari wawancara Sub Bagian (Subag) Humas UIN Walisongo Semarang.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>5</sup> Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah rencana program kerja, foto-foto kegiatan, buku dan karya ilmiah.

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 193.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 193

#### **D. Fokus Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus.<sup>6</sup> Fokus pada penelitian ini, lebih menekankan manajemen humas di UIN Walisongo Semarang dalam meningkatkan citra yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.<sup>7</sup>

Ada beberapa teknik yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data, diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Teknik Wawancara**

Menurut Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara yang dilakukan menggunakan jenis wawancara semistruktur (*semistructure interview*). Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 285

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 308-309

secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.<sup>8</sup>

Teknik ini digunakan untuk menggali data yang berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program kerja, sedangkan obyek yang diwawancarai adalah subbag humas UIN Walisongo Semarang.

## 2. Teknik Observasi

Teknik observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>9</sup> Pada penelitian ini menggunakan teknik observasi *nonpartisipan*, yaitu peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pemangat independen.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan alat bantu berupa buku catatan, kamera dan recorder. Metode ini digunakan untuk melihat secara langsung situasi sosial (pelaku, tempat dan aktivitas) yang mungkin tidak terungkap dalam sesi wawancara. Sehingga dengan observasi akan mendapat gambaran tentang manajemen humas yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program humas dalam

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 320

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 203

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 204

meningkatkan citra. yang diterapkan oleh subbag humas UIN Walisongo Semarang.

### 3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data seperti profil UIN Walisongo, struktur kepengurusan subbag humas, dokumen humas, rencana program kerja humas, dan foto-foto kegiatan. Selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisis dan digunakan untuk mendeskripsikan tentang manajemen humas dalam meningkatkan citra.

## F. Uji Keabsahan Data

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas atau uji keabsahan data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.<sup>12</sup> Menurut Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Pada penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Trisngulasi sumber adalah triangulasi yang

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 329

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 372

mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber yang tersedia karena data yang sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari sumber yang berbeda, misalnya:

- a) Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang secara pribadi
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang dengan yang terlihat sepanjang waktu
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan pandangan orang lain dalam berbagai strata sosial yang berbeda
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isu yang tercatat dalam dokumen yang berkaitan.<sup>13</sup>

Triangulasi sumber pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara pada kasubbag dan anggota subbag Humas UIN Walisongo Semarang.

Sedangkan triangulasi teknik adalah peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.<sup>14</sup> Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

---

<sup>13</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), hlm. 116

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 330

berbeda. Misalnya, data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya yang berbeda-beda.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada sumber yang sama yaitu subbag humas UIN Walisongo Semarang.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis Data merupakan usaha memilih, memilah, membuang, dan menggolongkan data untuk menjawab dua permasalahan, meliputi: 1) tema apa yang dapat ditemukan pada data-data ini, dan 2) bagaimana data-data ini berkontribusi terhadap tema?.<sup>16</sup>

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data, dan terus berlangsung hingga pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian dapat sepenuhnya terjawab.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 330

<sup>16</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm.169

<sup>17</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 171

Berikut ini akan diuraikan metode yang akan digunakan pada penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan analisis model Miles and Huberman, adalah sebagai berikut:

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>18</sup>

Ketika pengumpulan data berlangsung, reduksi data dilakukan dengan membuat catatan ringkas tentang isi dari catatan data yang diperoleh di lapangan. Dalam hal ini peneliti dapat melakukan *coding*, mencari dan memusatkan tema, menentukan batas permasalahan, dan menuliskan catatan peneliti (*memo*). Langkah semacam ini terus dilakukan hingga proses penulisan laporan penelitian dilakukan.<sup>19</sup>

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 338

<sup>19</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 174-175

untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.<sup>20</sup>

### 3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm 341

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm 345

## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Deskripsi Data Umum

###### a. Sejarah UIN Walisongo Semarang

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang sebelumnya adalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang diresmikan pada tanggal 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 30 dan 31 tahun 1970. Upacara peresmian bertempat di Gedung Balaikota Kotamadya (Kota) Semarang. Sejak berdirinya IAIN Walisongo telah memiliki beberapa fakultas. Fakultas Dakwah berdomisili di Semarang, Fakultas Syariah berdomisili di Bumiayu, Fakultas Syari'ah berdomisili di Demak, Fakultas Ushuluddin berdomisili di Kudus, dan Fakultas Tarbiyah berdomisili di Salatiga.<sup>1</sup>

Ide pendirian IAIN Walisongo berawal dari sebuah keprihatinan para tokoh muslim di Jawa Tengah untuk memiliki sebuah perguruan tinggi Islam. Hal tersebut di dasarkan pada dua hal: pertama, Sebagian besar penduduk Jawa Tengah adalah muslim sehingga di perlukan adanya perguruan tinggi yang beridentitas Islam. Kedua, di Semarang

---

<sup>1</sup> Buku Panduan Program Sarjana S.1 & D.3 UIN Walisongo Semarang Tahun Akademik 2017/2018, hlm. 14-15

sudah berdiri perguruan tinggi Negeri umum yaitu Universitas di Ponogoro, sementara perguruan tinggi islam belum ada, padahal di Yogyakarta sudah berdiri IAIN Sunan Kalijaga. Demikian pendirian perguruan tinggi islam merupakan suatu kebutuhan yang sangat urgen bagi warga muslim di Jawa Tengah

IAIN Walisongo bertransformasi menjadi UIN Walisongo sejak 19 desember 2014 bersamaan dengan dua UIN yang lain, yaitu UIN Palembang dan UIN SUMUT. Peresmian dan menandatangani prasasti dilakukan oleh presiden Joko Widodo di istana merdeka. Pembentukan UIN merupakan bagian dari usaha mengintegrasikan beragam ke ilmunan untuk meng eliminasi di kotomi antara ilmu umum dan ilmu agama. Hal ini di anggap perlu dalam usaha untuk memberikan dasar etika islam demi pengembangan ilmu dan teknologi, dan pada saat yang bersamaan dan berusaha meng implementasikan ajaran-ajaran islam secara professional di dalam kehidupan sosial.<sup>2</sup>

**b. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo**

1) Visi

Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038.

---

<sup>2</sup> Buku Panduan Program Sarjana S.1 & D.3....., hlm. 34

2) Misi

- a) Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak al-karimah.
- b) Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu, dan masyarakat.
- c) Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.
- e) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional.
- f) Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

3) Tujuan

- a) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional dengan keluruhan budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- b) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa, dan bernegara.

**c. Struktur Organisasi UIN Walisongo Semarang**

Tabel. 4.1 Struktur Kepemimpinan UIN Walisongo  
Semarang

Rektor	Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag
Wakil Rektor I	Dr. H. M. Mukhsin Jamil, M. Ag
Wakil Rektor II	Dr. H. Abdul Kholiq, M. Ag
Wakil Rektor III	Dr. Achmad Arief Budiman, M. Ag
Kepala Biro Administrasi, Umum, Perencanaan dan Keuangan	Drs. H. A Buchori, M. M
Kepala Biro Administrasi, Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama	Drs. Adnan, M. Ag
Ketua LP2M	Dr. H. Akhmad Arif Junaidi, M. Ag
Ketua LPM	Dr. H. A. Hasan Asy'ari Ulama'i, M. Ag

Tabel. 4.2 Struktur Kepemimpinan Fakultas UIN Walisongo  
Semarang

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Dr. Ilyas Supena, M. Ag
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum	Dr. H. Mohammad Arja Imroni, M. Ag
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	Dr. Hj. Lift Anis Ma'shumah, M. Ag
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora	Dr. Hasyim Muhammad, M. Ag
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Dr. Muhammad Saifullah, M. Ag
Dekan Fakultas Ilmu Politik dan Sosiologi	Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M. Hum
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Prof. Dr. Syamsul Ma'arif, M. Ag
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi	Dr. H. Ismail, M. Ag

**d. Fakultas dan Program Studi UIN Walisongo Semarang**

- 1) Fakultas Syariah dan Hukum
  - a) Hukum Keluarga Islam
  - b) Hukum Pidana Islam
  - c) Hukum Ekonomi Syariah
  - d) Ilmu Falak
  - e) Ilmu Hukum
- 2) Fakultas Ushuluddin dan Humaniora
  - a) Aqidah dan Filsafat Islam
  - b) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
  - c) Studi Agama-Agama
  - d) Tasawuf dan Psikoterapi
  - e) Ilmu Seni dan Arsitektur Islam
- 3) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
  - a) Pendidikan Agama Islam
  - b) Pendidikan Bahasa Arab
  - c) Manajemen Pendidikan Islam
  - d) Pendidikan Bahasa Inggris
  - e) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
  - f) Pendidikan Islam Anak Usia Dini
- 4) Fakultas Dakwah dan Komunikasi
  - a) Bimbingan dan Penyuluhan Islam
  - b) Komunikasi dan Penyiaran Islam
  - c) Manajemen Dakwah
  - d) Pengembangan Masyarakat Islam

- e) Manajemen Haji Umrah
- 5) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- a) D3 Perbankan Syariah
  - b) Ekonomi Islam
  - c) S1 Perbankan Syariah
  - d) Akuntansi Syariah
  - e) Manajemen
- 6) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
- a) Ilmu Politik
  - b) Sosiologi
- 7) Fakultas Psikologi dan Kesehatan
- a) Psikologi
  - b) Gizi
- 8) Fakultas Sains dan Teknologi
- a) Pendidikan Matematika
  - b) Pendidikan Fisika
  - c) Pendidikan Kimia
  - d) Pendidikan Biologi
  - e) Biologi
  - f) Fisika
  - g) Kimia
  - h) Matematika
  - i) Teknologi Informasi

**e. Profil Humas UIN Walisongo**

Dalam Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, humas UIN Walisongo adalah subbagian dari Biro Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama (AAKK) yang didalamnya terdapat bagian Kerjasama, Kelembagaan, dan Humas.<sup>3</sup>Subbagian humas mempunyai tugas melakukan penyiapan pelaksanaan kehumasan, pendokumentasian, informasi dan publikasi.

**f. Visi, Misi, dan Tujuan Humas UIN Walisongo**

1) Visi

Membangun Reputasi Positif Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Melalui Kegiatan Komunikasi Internal Dan Eksternal Serta Pengembangan Relasi Media

2) Misi

a) Membangun reputasi universitas islam negeri walisongo sebagai universitas riset terdepan baik secara nasional maupun internasional

b) Membangun branding UIN Walisongo Semarang sebagai Pusat Studi Walisongo, Kampus berbasis unity of science, program smart & green campus, dan rumah moderator beragama

---

<sup>3</sup> Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 54 tahun 2015, *Organisasi dan Tata Kerja UIN Walisongo*, Pasal 60 Ayat c

- c) Membangun dan mengembangkan department public relations yang professional dan efektif.
- 3) Tujuan
- a) Memperkuat reputasi UIN Walisongo Semarang sebagai universitas riset, pusat studi Walisongo, kampus berbasis unity of science, program smart & green campus, dan Rumah Moderasi Beragama.
  - b) Membentuk departemen PR yang kuat, professional dan berkembang menjadi divisi yang strategi serta memberikan kontribusi nyata bagi institusi

**g. Struktur Humas UIN Walisongo**

Tabel 4.3. Struktur Humas UIN Walisongo Semarang

Moch Muhaemin	Penanggung Jawab
Astri Amanati B.	Project Manager
Lukmanul Hakim	Dokumentasi dan Publikasi
Widi Cahya Adi	Video Maker Content
Muji Suwarno	Medsos Content
Nur Alawiyah	Medsos Content
Nazar Nurdin	Jurnalis
Fajrul Falakh	Jurnalis
Faris Shalahudin Zakiy	Web Design

## **2. Deskripsi Data Khusus**

### **a) Perencanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang**

Dalam sebuah lembaga, humas mempunyai peran penting dalam meningkatkan citra lembaga. Dalam meningkatkan citra humas memerlukan perencanaan, perencanaan adalah bagian dari fungsi manajemen yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan lembaga. Humas mempunyai tugas untuk merencanakan program kerja sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan citra.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan subbag humas UIN Walisongo tentang perencanaan program kerja humas seperti yang dijelaskan oleh Bapak Widi Cahya Adi yaitu:

“Untuk rencana program kerja, kita selalu aktif untuk mengabarkan apa yang dimiliki UIN Walisongo Semarang di media sosial. Kemudian membuat konten-konten yang membuat orang-orang mengenal UIN Walisongo. Selain itu kita juga bekerjasama dan merangkul beberapa media massa dan media online.”<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian diatas, kemudian diperkuat oleh Bu Astri selaku kepala subbag humas UIN Walisongo tentang rencana program kerja humas, yaitu:

“Kita di awal tahun itu ada target-target khusus terutama di media sosial, menambah follower. membuat video yang memperkenalkan UIN Walisongo

---

<sup>4</sup> THW-02, No. 22-27

dan apa saja yang kita lakukan disitu ada. Kita menjadi ujung tombak, dari segala kegiatan, kita yang mendokumentasikan, menyampaikan, dan mengumumkan keluar ada apa saja. kita bekerjasama dengan media-media, seperti online dan cetak.”<sup>5</sup>

Perencanaan humas dalam meningkatkan citra salah satunya dengan mengoptimalkan website dan media sosial UIN Walisongo yang dikelola humas. Dalam pengelolaan website dan media sosial, dibutuhkan rencana agar informasi yang dipublikasi menjadi terarah dan sistematis. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Widi Cahya Adi, sebagai berikut:

“Seperti yang kita tahu bahwa website baru saja di *remake*. Namun kami merasa masih banyak yang kurang di website kami, maka dari itu kami ingin merencanakan *upgrading* dari segi tampilan, segi font website, dan lain sebagainya. Untuk media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook, kita harus memposting kegiatan yang menarik dan terfilter dari kegiatan yang ada di universitas. Jadi tidak semua kami setuju untuk di publikasi”<sup>6</sup>

Rencana atau program yang dapat meningkatkan citra lembaga salah satunya adalah memperlihatkan asset, hal tersebut disampaikan oleh bapak Muji Suwarno, sebagai berikut:

“Rencananya kita akan memperlihatkan aset yang dimiliki UIN Walisongo, contohnya gedung baru. Itu

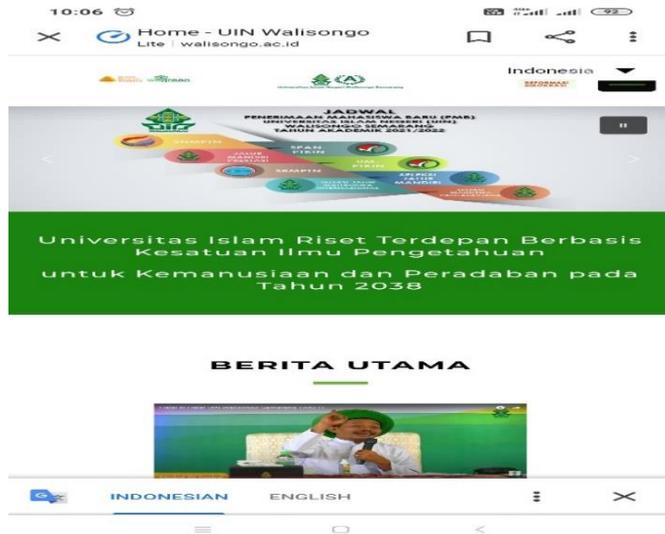
---

<sup>5</sup> THW-01, No. 22-25

<sup>6</sup> THW-02, No. 35-46

bisa dijadikan bahan untuk membuat video yang dapat meningkatkan citra UIN”<sup>7</sup>

Dari wawancara diatas dapat diperkuat dengan observasi yaitu mengamati informasi yang dipublikasikan di media sosial dan website UIN Walisongo Semarang.<sup>8</sup> Selain observasi, data dapat diperkuat dengan dokumentasi foto website, akun media sosial UIN Walisongo Semarang.<sup>9</sup>



Gambar 4.1. Website UIN Walisongo Semarang

---

<sup>7</sup> THW-03, No. 20-23

<sup>8</sup> CLO, No. 6-12

<sup>9</sup> Dokumentasi Humas UIN Walisongo melalui dokumen rencana program kerja humas



Gambar 4.2. Akun Instagram UIN Walisongo Semarang



Gambar 4.3. Akun Facebook UIN Walisongo Semarang



Gambar 4.4 Akun Twitter UIN Walisongo Semarang

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa perencanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo yaitu dengan membuat rencana program kerja humas. Program kerja humas dalam meningkatkan citra adalah sebagai berikut:

- 1) Optimalisasi pengelolaan website dengan melakukan penguatan isi konten website agar dapat diakses oleh publik dengan baik
- 2) Pengembangan konten media sosial agar sesuai dengan perkembangan media digital saat ini
- 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa dan memperkuat jaringan dengan pers

- 4) Mendokumentasikan kegiatan yang ada di UIN Walisongo.

Program kerja humas lebih ditekankan pada website dan media sosial untuk publikasi dan meningkatkan citra. Sasaran website dan media sosial adalah calon mahasiswa baru dalam mengakses informasi yang ada di UIN Walisongo. Website dan media sosial telah direncanakan dengan baik agar dapat memberikan informasi tentang UIN Walisongo yang tepat dan akurat. Dalam publikasi berita, humas memperkuat kerjasama dengan media massa dengan sasaran masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan citra UIN Walisongo.

**b) Pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo**

Pelaksanaan adalah upaya dalam mewujudkan program kerja yang sudah direncanakan oleh humas UIN Walisongo. Pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo adalah dengan cara merealisasikan program kerja yang sudah dirancang dengan memanfaatkan media website dan media sosial sebagai media penunjang citra UIN Walisongo dimata masyarakat umum, hal ini dijelaskan oleh Bapak Widi Cahya Adi, sebagai berikut:

“Kami menggunakan website sebagai database UIN yang bisa dilihat masyarakat luas. Website juga sebagai induk informasi yang ada di kampus kita. Sosial media

kami gunakan untuk media informasi yang lebih ringan dan informasinya bisa diterima masyarakat banyak. Sosial media seperti Instagram, Facebook, dan Twitter sebagai informasi mengenai kegiatan, prestasi, pencapaian dan lain sebagainya”<sup>10</sup>

Dari wawancara diatas menjelaskan bahwa fungsi website sebagai induk informasi UIN Walisongo yang dapat diakses dan dilihat oleh masyarakat luas. Sedangkan fungsi media sosial sebagai upaya peningkatan citra adalah untuk memberikan informasi mengenai keseluruhan kegiatan, prestasi, pencapaian dan lain sebagainya. Berdasarkan wawancara dengan kasubbag humas Ibu Astri Amanati, lebih menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan informasi, berikut wawancara dengan Ibu Astri:

“Dalam pengenalan UIN Walisongo, media yang kita gunakan untuk publikasi adalah website dan media sosial yang digunakan untuk iklan. Saya lebih sering iklan di instagram karena jangkauannya lebih luas dan sasarannya calon mahasiswa baru dan generasi milenial”<sup>11</sup>

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan yang sama dengan anggota subbag humas bapak Muji Suwarno, yaitu:

“Dalam mengupload berita, pengumuman, agenda-agenda yang ada di UIN, dan artikel-artikel dari dosen kita menggunakan website. Sedangkan untuk media

---

<sup>10</sup> THW-02, No. 49-53

<sup>11</sup> THW-01, No. 40-45

sosial lebih berfokus pada konten-konten yang milenial”<sup>12</sup>

Dari wawancara diatas menjelaskan bahwa media website digunakan untuk memberikan informasi mengenai berita, pengumuman, artikel yang diterbitkan dan lain sebagainya. Sedangkan konten-konten video dipublikasikan melalui media sosial, hal tersebut dijelaskan oleh bapak Widi sebagai berikut:

“Kita harus memahami aset apa yang dimiliki UIN Walisongo, setelah itu kita membuat konten-konten video. Salah satu contohnya adalah video yang baru kami buat dan di posting di media sosial, cukup banyak yang antusias dengan video tersebut”<sup>13</sup>

Selain pelaksanaan program kerja pada media sosial dan website, humas melaksanakan program kerja yang lainnya. Wawancara dilakukan dengan bapak Muji sebagai berikut:

“Kita bekerjasama dengan media massa baik cetak maupun online Biasanya kalau ada kegiatan, kita kirim *release*, tolong dimuat. Karena kita punya grup jurnalis, yang kebanyakan alumni sini. Jadi beritanya langsung keluar.”<sup>14</sup>

Dari wawancara diatas, dijelaskan bahwa humas bekerjasama dengan media cetak dan online untuk memberitakan kegiatan di UIN Walisongo. Selain program

---

<sup>12</sup> THW-03, No.45-51

<sup>13</sup> THW-02, No.56-63

<sup>14</sup> THW-03, No.54-58

kerja tersebut, humas masih mempunyai satu program kerja yang tidak kalah penting dalam meningkatkan citra. Wawancara dilakukan dengan bapak Muji sebagai berikut:

“Kita utamanya publikasi dan dokumentasi. UIN Walisongo mempunyai banyak event, humas berada pada semua event itu. Karena tugas wajib humas itu liputan. Humas sebagai peliput atau mendokumentasikan dan mempublikasikan setiap event yang ada”<sup>15</sup>

Dari wawancara yang dilakukan dengan kasubbag dan anggota subbag dapat diperkuat dengan observasi yaitu melihat dan mengamati perkembangan media sosial, website, media massa online.<sup>16</sup> Selain observasi, dapat diperkuat dengan dokumentasi yaitu foto kegiatan yang dipublikasikan di media sosial dan media massa.<sup>17</sup>

---

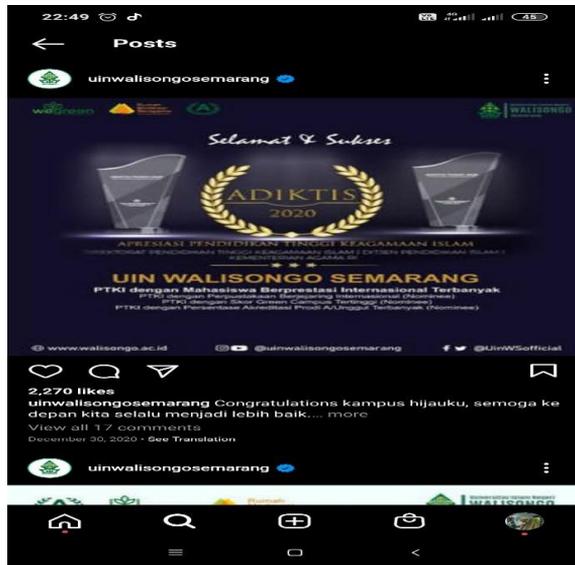
<sup>15</sup> THW-03, No.61-66

<sup>16</sup> CLO, No. 14-20

<sup>17</sup> Dokumentasi Humas UIN Walisongo melalui foto yang dipublikasikan di media sosial



Gambar 4.5. Dokumentasi kegiatan penerimaan calon mahasiswa baru



Gambar 4.6. Prestasi UIN Walisongo Semarang



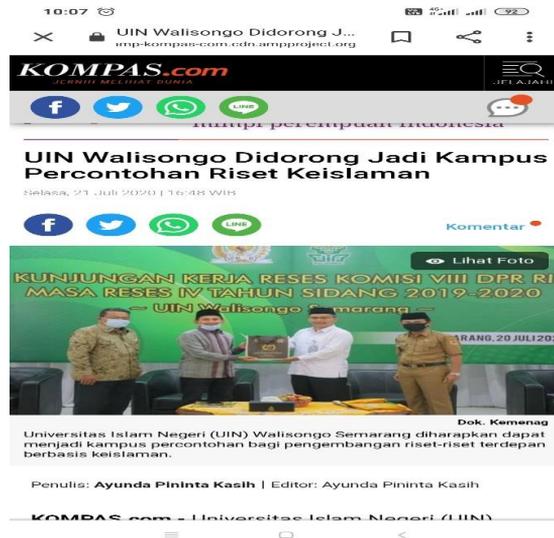
Gambar 4.7. Video menarik dan kreatif



Gambar 4.8. Pengumuman di website UIN Walisongo



Gambar 4.9. Dokumentasi kegiatan UIN Walisongo



Gambar 4.10. Berita UIN Walisongo yang dimuat di media massa online

Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo yaitu dengan merealisasikan perencanaan program kerja humas, sebagai berikut:

- 1) Mengoptimalkan media website sebagai induk informasi UIN Walisongo, misalnya informasi mengenai berita, penerimaan mahasiswa baru, pengumuman, agenda kegiatan UIN Walisongo Semarang.
- 2) Melakukan inovasi terhadap konten-konten yang akan dipublikasikan dengan menarik dan kreatif, misalnya flayer/video mengenai keunggulan, pencapaian, dan prestasi yang diraih oleh UIN Walisongo
- 3) Membangun dan merawat jejaring dengan media massa terkait pemberitaan tentang kegiatan UIN Walisongo Semarang.
- 4) Memberikan informasi tentang seluruh kegiatan yang ada di UIN Walisongo kepada publik.

**c) Evaluasi humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo**

Evaluasi merupakan proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa perencanaan dan pelaksanaan berjalan dengan sebagaimana mestinya. Kegiatan evaluasi yaitu sebagai penilaian hasil yang telah dicapai dari proses

perencanaan dan pelaksanaan. Dalam kegiatan evaluasi, jika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan dilakukan perbaikan.

Evaluasi yang dilakukan humas UIN Walisongo dalam meningkatkan citra yaitu menilai hasil dari apa yang sudah dilaksanakan oleh humas. Salah satu contoh kegiatan evaluasi yaitu dengan mengumpulkan data kuantitatif hasil dari kegiatan humas selama satu tahun, hal ini dijelaskan oleh bapak Widi Cahya Adi sebagai berikut:

“Dari segi konten sudah bisa dilihat. Kami juga menghitung konten yang diposting. Kami tidak mempunyai alat ukur atau instrument, jadi hanya didengar secara subjektif (respon masyarakat). Kami belum bisa mengukur secara kualitas, namun hanya kuantitas seperti berapa postingan dan lain sebagainya.<sup>18</sup>

Dari wawancara diatas menjelaskan bahwa humas belum mempunyai alat ukur untuk mengukur kualitas humas seberapa baik humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo. Humas hanya menggunakan data kuantitas sebagai evaluasi program kerja humas. Evaluasi yang dilakukan humas mengenai media website dan media sosial dijelaskan oleh kassubag Humas UIN Walisongo ibu Astri Amanati sebagai berikut:

“Dilihat dari *webomatriks* website kita beberapa tahun agak menurun, dulu kita pernah nomer dua, tinggi

---

<sup>18</sup> THW-02, No. 73-78

waktu itu. Kalau saya bilang, website sini masih kurang hasil jurnal penelitian dan tulisan-tulisan yang sedang *booming* yang biasanya menjadi rujukan. Di website belum ada kolom membahas itu”<sup>19</sup>

Dari penjelasan ibu Astri Amanati, peneliti memberikan pertanyaan yang sama dengan bapak Widi Cahya Adi mengenai hasil dari media website dan media sosial dalam meningkatkan citra.

“Kita tidak memiliki alat ukur yang bisa mengukur. Tapi dari tahun sebelumnya humas sudah ada perubahan. Website sudah mengalami pergerakan tapi masih perlu dikembangkan lagi, karena jika dilihat dari segi tampilan masih ada hal-hal yang menggelitik”<sup>20</sup>

Pernyataan mengenai evaluasi media website dan media sosial dijelaskan oleh bapak Muji Suwarno selaku anggota subbag humas UIN Walisongo.

“Belum ada surveinya, lebih baik lagi kalau ada angket yang disebarakan kepada mahasiswa atau masyarakat mengenai website UIN Walisongo Semarang. Kalau di media sosial Instagram kita ada target follower yang naik berapa. Tahun ini follower cukup meningkat. Instagram kita sekarang sudah centang atau *verified*”<sup>21</sup>

Dari wawancara yang dilakukan dengan bapak Widi Cahya Adi dan bapak Muji Suwarno yaitu humas belum mempunyai instrumen secara khusus untuk mengukur

---

<sup>19</sup> THW-01, No. 48--53

<sup>20</sup> THW-02, No. 66-70

<sup>21</sup> THW-03, No. 69-77

kualitas humas UIN Walisongo dalam meningkatkan citra. Dilihat dari perkembangan media website sedikit mengalami penurunan sedangkan media sosial mengalami peningkatan yang cukup baik.

Evaluasi program kerja humas dalam bekerjasama dengan media massa baik cetak dan online dipaparkan oleh ibu Astri sebagai berikut:

“Kita kan menjalin hubungan baik dengan media, jadi kalau ada berita tentang UIN Walisongo yang mau keluar, mereka konfirmasi dulu ke kita. Jadi berita yang dipublikasi gak kemana-mana, masih bisa terkendali.”<sup>22</sup>

Selanjutnya program kerja dokumentasi kegiatan, dipaparkan oleh ibu Astri sebagai berikut:

“Kita jujur saja kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM). SDM kita hanya 6 orang dan mereka adalah dosen muda bukan khusus staf humas. Jadi mereka mempunyai tugas ganda, yaitu sebagai dosen dan membantu tugas humas. Kadang kalau lagi banyak kegiatan kita kewalahan dalam membagi tugas. Kita harus meliput seluruh kegiatan di UIN Walisongo. Tapi kita masih bisa bekerja dengan professional, seluruh kegiatan bisa *tercover*”<sup>23</sup>

Berdasarkan wawancara diatas dapat diperkuat dengan observasi yaitu pengamatan website, media sosial, media massa dan dokumentasi foto kegiatan UIN Walisongo.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> THW-01, No. 62-65

<sup>23</sup> THW-01, No. 67-75

<sup>24</sup> CLO, No. 21-26

Observasi dapat diperkuat dengan dokumentasi yang dapat dibuktikan dengan dokumen dibawah ini.<sup>25</sup>

59	4674	Universitas Mulawarman	-	2754	2647	11400	4755
60	4716	Universitas Negeri Padang	-	1266	2823	4117	6020
61	4749	Universitas Islam Negeri UIN Walisongo Semarang	-	1827	3044	3426	6020
62	4791	Universitas Terbuka	-	2080	3213	3175	6020
63	4799	Politeknik Negeri Ujung Pandang	-	6118	2549	4192	6020
64	4815	Universitas Semarang	-	1742	2265	6308	6020

Gambar 4.11 Peringkat UIN Walisongo tahun 2019

---

<sup>25</sup> Dokumentasi Humas UIN Walisongo melalui foto yang dipublikasikan di media sosial

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

Consejo Superior de Investigaciones Cientificas

Universitas Islam Negeri UIN Walisongo Semarang

World Ranking	Continental Ranking	Country Rank	Impact	Openness	Excellence
6503	2198	110	2768	5963	6683

MAJESTIC  
ahrefs  
QL2  
SCIMAGO

Gambar 4.12 Peringkat UIN Walisongo tahun 2020

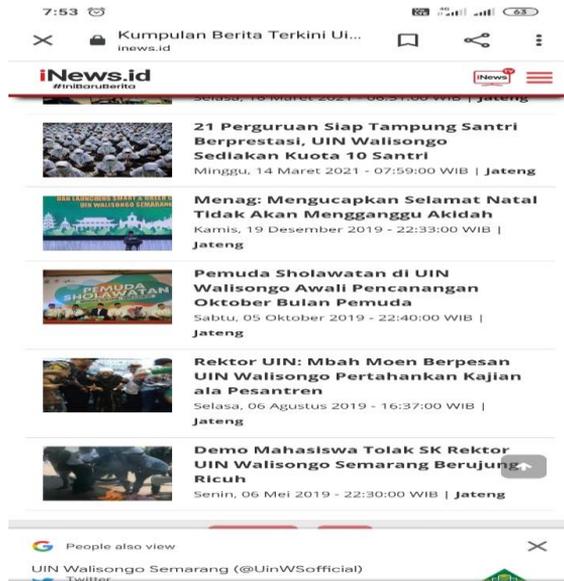
← uinwalisongosemarang ✓

1,354 Posts    41.1K Followers    233 Following

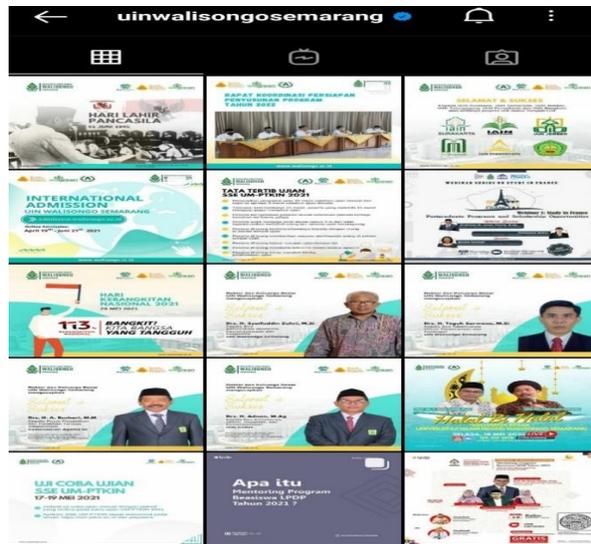
**UIN Walisongo Semarang**  
College & University  
Smart & Green Campus | Moderasi Beragama |  
Universitas Riset Terdepan untuk Kemanusiaan dan Peradaban  
#ZonaIntegritas #MenujuWBKWBBM  
See Translation  
walisongo.ac.id/  
Jl. Prof. Dr. Hamka No.3 - 5, Tambakaji, Kec. Ngalyan,, Semarang,  
Indonesia 50185  
Followed by kpujateng and demauinsmg

Following Message Email

Gambar 4.13 Akun Instagram UIN Walisongo *verified*



Gambar 4.14 Kumpulan berita UIN Walisongo di media massa



Gambar 4.15. Kumpulan kegiatan UIN Walisongo

Berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa evaluasi humas mengenai perencanaan dan pelaksanaan yaitu sebagai berikut:

- 1) Media website mengalami penurunan jika dilihat dari survey *webomatriks*. Website UIN Walisongo mengalami penurunan dari segi jumlah situs yang dikunjungi. Hal ini dikarenakan kurangnya *upgrading* mengenai informasi yang dipublikasikan.
- 2) Media sosial mengalami peningkatan *followers* jika dilihat dari jumlah pengikut tahun sebelumnya. Humas selalu memberikan informasi positif sehingga media sosial UIN Walisongo terus mengalami peningkatan dari segi konten dan pengikut/*followers*.
- 3) Humas mempunyai relasi yang baik dengan media massa, sehingga berita yang dipublikasikan di media massa adalah berita yang sudah terkonfirmasi oleh pihak humas dan dapat terkendali.
- 4) Dokumentasi kegiatan UIN Walisongo dapat dipublikasikan dengan cukup baik dengan SDM yang kurang memadai.

## **B. Analisis Data**

### **1) Perencanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang**

Humas UIN Walisongo telah melaksanakan telah perencanaan dengan cukup baik sesuai dengan teori

perencanaan yaitu merumuskan tujuan yang akan dicapai. Dalam proses perencanaan humas merumuskan program kerja sebagai acuan berjalannya humas. Perumusan program kerja humas dilakukan pada awal tahun. Tujuan perumusan program kerja sekaligus merencanakan strategi yang harus dilaksanakan untuk meningkatkan citra UIN Walisongo. Perencanaan program kerja humas disusun berdasarkan target dan sasaran yang akan dicapai. Teori menurut Syaifuddin S. Gasing mengatakan bahwa langkah-langkah dalam membuat program kerja adalah sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data. Data dan informasi untuk program kerja humas dapat berasal dari catatan sejarah, informasi silsilah, majalah, media cetak, media sosial, dan lain sebagainya
- 2) Analisis. Analisis dimulai dengan membuat pertimbangan kekuatan dan kelemahan data yang berhasil dilakukan
- 3) Strategi dan penentuan media. Langkah pertama adalah mengenali publik yang menjadi sasaran.<sup>26</sup>

Hasil temuan perencanaan program kerja humas dalam meningkatkan citra lembaga sebagai berikut:

- 1) Optimalisasi pengelolaan website dengan melakukan penguatan isi konten website agar dapat diakses oleh publik dengan baik.

---

<sup>26</sup> Syaifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 74

Humas mempunyai peranan penting yaitu mengolah dan menyalurkan arus informasi (*communication channel*) kepada publiknya (komunikasikan) dengan tujuan untuk mencapai citra positif (*effect*) bagi organisasi yang diwakilinya itu.<sup>27</sup> Dalam menunjang penyampaian informasi yang baik, humas harus mempunyai media *plan* yang digunakan untuk penyampaian pesan-pesan kepada publik. Website merupakan salah satu media yang digunakan UIN Walisongo Semarang dalam menyampaikan informasi.

- 2) Pengembangan konten media sosial agar sesuai dengan perkembangan media digital saat ini.

Perkembangan teknologi pada era teknologi semakin pesat. Humas harus mampu menyesuaikan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini, misalnya sosial media. Humas dalam merencanakan program kerja harus mempertimbangkan target/sasaran, agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Masyarakat sekarang menggunakan media sosial media dalam kehidupan sehari-hari baik untuk bisnis, mencari info, dan lain sebagainya. maka dari itu pemasaran melalui media sosial adalah hal yang perlu direncanakan sebaik mungkin, sehingga konten atau isi informasi banyak dicari dan

---

<sup>27</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.30

diminati oleh masyarakat luas sehingga dapat mengubah opini publik terhadap lembaga.

- 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa dan memperkuat jaringan dengan pers.

Hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi humas merupakan prioritas utama. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa.<sup>28</sup>

- 4) Mendokumentasikan kegiatan yang ada di UIN Walisongo

Pengertian dokumentasi (*documentation*) dalam arti luas adalah yang berkaitan dengan kegiatan dengan kegiatan menghimpun, mengolah, menyeleksi dan menganalisis kemudian mengevaluasi seluruh data, informasi dan dokumen tentang suatu kegiatan, peristiwa atau pekerjaan tertentu yang dipublikasikan baik melalui media elektronik maupun cetak dan kemudian disimpan

---

<sup>28</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 167-168

secara teratur dan sistematis. Adapula yang mengartikan dokumentasi tersebut sebagai bagian dari kegiatan dan hasil potret atau pemotretan (foto dokumentasi), serta kegiatan merekam melalui *casset recorder* dan video recorder mengenai suatu peristiwa (*event*) atau kejadian tertentu yang dianggap cukup penting untuk diabadikan, dan kemudian tahap berikutnya dijadikan bahan pendokumentasian.<sup>29</sup>

Perencanaan program kerja humas UIN Walisongo lebih menggunakan media baik website, sosial, dan cetak dalam upaya peningkatan citra UIN Walisongo. Salah satu media yang sering digunakan untuk publikasi adalah media website dan media sosial, maka dari itu dalam perencanaan humas lebih fokus dalam mengoptimalkan media. Tujuan dari pengoptimalan media adalah untuk pengenalan dan memberikan citra yang positif tentang UIN Walisongo. Pada era teknologi memanfaatkan media untuk kegiatan yang positif sangat dibutuhkan, karena publik eksternal (calon mahasiswa baru dan masyarakat) khususnya generasi *milenial* menggunakan media sebagai pencarian informasi. Humas UIN Walisongo memanfaatkan hal ini untuk *branding* dan meningkatkan citra UIN Walisongo.

---

<sup>29</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm. 228-229

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Darma (2019) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Partisipasi Masyarakat di MAN 1 Medan”, menjelaskan bahwa perencanaan program hubungan masyarakat di MAN 1 Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan apa yang ditugaskan oleh kepala MAN 1 Medan
- 2) Mengadakan hubungan dengan guru, siswa, staf
- 3) Mengadakan hubungan dengan komite (Orang tua siswa)
- 4) Mengadakan hubungan dengan Instansi
- 5) Mengadakan hubungan dengan Media Pers (majalah pendidikan, waspada, TVRI, RRI dan dicatat dalam buku humas).
- 6) Mengadakan hubungan dengan pihak pihak yang berkepentingan lainnya (alumni, lingkungan sekitar).

Pada hasil temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan di MAN I Medan yaitu membina hubungan baik dengan publik internal (guru, staf dan siswa) dan eksternal (media pers dan lembaga/lain). Sedangkan program kerja humas UIN Walisongo lebih *membranding* citra positif melalui website, media sosial, media massa cetak/online. Namun demikian, humas UIN Walisongo tetap bekerjasama dengan unit lain untuk menunjang terlaksananya program kerja humas.

## 2) Pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang

Pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra sudah dilaksanakan sesuai rencana. Secara garis besar tugas humas memberikan informasi kepada publik eksternal (calon mahasiswa baru dan masyarakat luar), menjalin kerjasama dengan media cetak, dan berkoordinasi dengan unit-unit yang ada di UIN Walisongo. Hasil temuan pelaksanaan program kerja humas adalah sebagai berikut:

- 1) Mengoptimalkan media website sebagai induk informasi UIN Walisongo, misalnya informasi mengenai berita, penerimaan mahasiswa baru, pengumuman, agenda kegiatan UIN Walisongo Semarang.
- 2) Melakukan inovasi terhadap konten-konten yang akan dipublikasikan dengan menarik dan kreatif, misalnya flyer/video mengenai keunggulan, pencapaian, dan prestasi yang diraih oleh UIN Walisongo
- 3) Membangun dan merawat jejaring dengan media massa terkait pemberitaan tentang kegiatan UIN Walisongo Semarang

Kerja sama dengan pers akan menghasilkan frekuensi publisitas yang cukup tinggi. Dampak pemberitaan tersebut baik yang bersifat *stimultaneity effect* (efek keserempakan), efek dramatisir, atau efek publisitas tinggi, dan memiliki pengaruh yang luar biasa besarnya terhadap pembentukan

opini publik dalam waktu yang relatif singkat, sehubungan dengan jumlah pembaca atau audiensi tersebar dipelbagai tempat atau Kawasan dalam waktu bersamaan. Hasil dari kerja sama yang baik diharapkan akan tercipta suatu opini publik sebagai khalayak sasarannya (target audience) dan masyarakat luas lainnya.<sup>30</sup>

- 4) Memberikan informasi tentang seluruh kegiatan yang ada di UIN Walisongo kepada publik.

Dokumentasi bidang kehumasan merupakan alat bantu yang memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- a) Sebagai bahan informasi terkini yang dapat diedarkan ke bagian lain yang dianggap mempunyai hubungan atau kepentingannya masing-masing
- b) Sebagai bahan referensi tertentu sebagai data atau informasi penunjang
- c) Sebagai pedoman atau acuan untuk mengantisipasi Langkah-langkah suatu kejadian atau event tertentu yang tengah dihadapi atau dimasa mendatang.
- d) Sebagai tolak ukur tentang sejauh mana keberhasilan prestasi dan reputasi yang dicapai, mengenai persepsi, keluhan, dan hingga perolehan citra dimata masyarakatnya.
- e) Sebagai media komunikasi internal.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.168-169

<sup>31</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.231

Dalam pelaksanaan program kerja, humas sudah sesuai dengan teori tugas humas, sebagai berikut:

- 1) Menyampaikan pesan, informasi dari lembaga pendidikan secara lisan, tulis, atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar, tepat mengenai kondisi lembaga pendidikan, tugas dan kegiatannya.
- 2) Melakukan studi dan analisis atas tanggapan publik terhadap kebijaksanaan dan tindakan lembaga pendidikan.
- 3) Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan publik.<sup>32</sup>

Dilihat dari teori tugas seorang humas, dapat disimpulkan bahwa humas UIN Walisongo cukup sesuai dengan tugasnya. Dalam Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, humas mempunyai tugas melakukan penyiapan pelaksanaan kehumasan, pendokumentasian, informasi dan dokumentasi.<sup>33</sup> Dalam pelaksanaan program kerja, humas sudah melakukan

---

<sup>32</sup> Opan Arifudin, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 44

<sup>33</sup> Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 54 tahun 2015, *Organisasi dan Tata Kerja UIN Walisongo*, Pasal 61 Ayat 3

tugasnya seperti membuat konten-konten video untuk dipublikasikan ke media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube), melakukan optimalisasi dokumentasi kegiatan yang ada di UIN Walisongo, memberikan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru, mengelola berita di website.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Darma (2019) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Partisipasi Masyarakat di MAN 1 Medan”, menjelaskan bahwa pelaksanaan program hubungan masyarakat di MAN 1 Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengadakan hubungan dengan internal madrasah yaitu kepala MAN 1 Medan, para wakil kepala, guru, staf, dan siswa
- 2) Mengadakan hubungan dengan eksternal madrasah yaitu orang tua siswa (masyarakat), komite, instansi, media pers dan pihak pihak lainnya yang mendukung program MAN 1 Medan.

Pada hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan di MAN 1 Medan, pelaksanaan program kerja dilaksanakan sesuai dengan program kerja humas MAN 1 Medan. Sedangkan pelaksanaan program kerja humas UIN Walisongo disesuaikan program kerja yang sudah direncanakan sesuai dengan tugas-tugas humas yang ada dalam Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015, tentang Organisasi

dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, humas mempunyai tugas melakukan penyiapan pelaksanaan kehumasan, pendokumentasian, informasi dan dokumentasi.

### **3) Evaluasi humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang**

Pada tahapan evaluasi, humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas lainnya yang telah dilaksanakan, serta keefektifitasan dari teknik-teknik manajemen, dan komunikasi yang telah dipergunakan. Hasil temuan evaluasi program kerja humas adalah sebagai berikut:

- 1) Media website mengalami penurunan jika dilihat dari survey *webomatriks*. Website UIN Walisongo mengalami penurunan dari segi jumlah situs yang dikunjungi. Hal ini dikarenakan kurangnya *upgrading* mengenai informasi yang dipublikasikan.
- 2) Media sosial mengalami peningkatan *followers* jika dilihat dari jumlah pengikut tahun sebelumnya. Humas selalu memberikan informasi positif sehingga media sosial UIN Walisongo terus mengalami peningkatan dari segi konten dan pengikut/*followers*
- 3) Humas mempunyai relasi yang baik dengan media massa, sehingga berita yang dipublikasikan di media massa adalah berita yang sudah terkonfirmasi oleh pihak humas dan dapat terkendali.

- 4) Dokumentasi kegiatan UIN Walisongo dapat dipublikasikan dengan cukup baik dengan SDM yang kurang memadai.

Teori menurut Kendall (1992), evaluasi dapat dilakukan melalui tujuh kategori untuk mengetahui program humas berhasil/efektif yaitu:

- a) Pencapaian sasaran (*goal achievement*), sejauh mana tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai
- b) Pengukuran perbaikan (*measurement of improvement*), apakah situasi sudah mengalami perbaikan (sikap/pengetahuan publik)
- c) Pengukuran hasil (*measurement of result*), yaitu evaluasi pada apa yang sudah dibuat/dihasilkan program humas, tapi belum pada pencapaian tujuan yang tetap.<sup>34</sup>

Faktor yang cukup penting dalam berhasil atau tidaknya pelaksanaan program acara atau aktivitas kerja Humas/PR yang telah disusun tersebut, adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana perencanaan kerja dan komunikasi dari Humas/PR untuk mencapai tujuan utama
- b) Bagaimana peranan untuk pelaksanaannya, dan menilai program kerja PR.
- c) Bagaimana menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik yaitu penyampaian pesan (message), mengolah dan menyalurkan arus informasi

---

<sup>34</sup> Lena Satlita, Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi, hlm.17-

(*communication channel*) kepada publiknya (komunikasikan) dengan tujuan untuk mencapai citra positif (*effect*) bagi organisasi yang diwakilinya itu.<sup>35</sup>

Keberhasilan pihak perusahaan/lembaga menciptakan citranya (*corporate image*) baiknya tersebut tergantung dari berbagai faktor-faktor yang dapat memengaruhinya, yaitu melalui (Sutojo 2004:39) sebagai berikut:

- a) Citra perusahaan yang diciptakan berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak sasarannya.
- b) Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas atau kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayaknya
- c) Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan tersebut berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran
- d) Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya
- e) Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung

---

<sup>35</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.325-326

jawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup, menggunakan teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan keajahteraan masyarakat sekitarnya.<sup>36</sup>

Kegiatan evaluasi humas di UIN Walisongo bertujuan untuk memberikan penilaian dan perbaikan untuk program kerja humas selanjutnya. Kegiatan evaluasi yang dilakukan humas yaitu menganalisis hasil dari informasi yang telah dipublikasi melalui media website dan media sosial. Berdasarkan temuan dilapangan, beberapa evaluasi humas yang tidak sesuai dengan teori evaluasi, antara lain pencapaian sasaran media website sedikit menurun, tidak adanya pengukuran hasil secara kualitas. Pengukuran hasil hanya didasarkan pada hasil secara kuantitas. Selain dari hasil evaluasi yang belum sesuai yang diharapkan, beberapa pencapaian yang lain seperti peningkatan jumlah *followers*, konten-konten video yang menarik, dan lain sebagainya sudah melebihi target yang direncanakan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Darma (2019) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Partisipasi Masyarakat di MAN 1 Medan”, menjelaskan bahwa evaluasi program hubungan masyarakat di MAN 1 Medan adalah sebagai berikut:

---

<sup>36</sup> Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hlm.325-326

- 1) Evaluasi yang dilakukan kepala MAN 1 Medan disetiap 6 bulan dan evaluasi dalam bentuk situasional serta selalu melakukan monitoring terhadap kinerja humas.
- 2) Melakukan dialog dan diskusi dengan para guru, staf serta siswa tentang program yang direncanakan dengan maksud memberikan penilaian dengan apa yang telah dilakukan humas guna untuk pertimbangan atau evaluasi dalam membuat rencana program kerja kedepannya yang lebih berkualitas.

Pada hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan di MAN 1 Medan, evaluasi dilakukan setiap 6 bulan sekali, monitoring kinerja humas, dan melakukan dialog dan diskusi dengan para guru, staf serta siswa. Sedangkan evaluasi yang dilakukan oleh humas UIN Walisongo Semarang adalah dengan melakukan pengukuran hasil secara kuantitas terhadap media yang digunakan untuk publikasi. Humas UIN Walisongo belum mempunyai alat ukur untuk mengukur kinerja humas.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini belum sepenuhnya sempurna, masih banyak saran dan perbaikan. Namun demikian, penelitian ini dapat diambil manfaat dan dapat dijadikan referensi untuk perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya. Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu

Penelitian dilakukan dengan waktu yang terbatas. Penelitian ini hanya dilakukan pada saat peneliti membuat skripsi, sehingga dilakukan hanya sesuai dengan keperluan dan yang berhubungan dengan penelitian. Namun demikian, dengan waktu yang cukup singkat dan terbatas, peneliti dapat mengumpulkan syarat-syarat dalam penelitian.

2. Keterbatasan Tempat

Penelitian ini dilakukan di UIN Walisongo Semarang dan terbatas hanya pada tempat tersebut. Penelitian ini memungkinkan hasil yang berbeda jika dilakukan di tempat yang berbeda. Namun hasil yang diperoleh akan tidak jauh berbeda dengan penelitian ini.

3. Keterbatasan Kemampuan

Peneliti menyadari bahwa mempunyai keterbatasan kemampuan, khususnya dalam penyusunan penelitian ini. Namun peneliti berusaha sebaik mungkin dengan arahan dan bimbingan dosen pembimbing sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan cukup baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal untuk menjawab rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo dapat disimpulkan yaitu dengan membuat rencana program kerja humas. Program kerja humas dalam meningkatkan citra adalah sebagai berikut:
  - 1) Optimalisasi pengelolaan website dengan melakukan penguatan isi konten website agar dapat diakses oleh publik dengan baik
  - 2) Pengembangan konten media sosial agar sesuai dengan perkembangan media digital saat ini
  - 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa dan memperkuat jaringan dengan pers
  - 4) Dokumentasi kegiatan yang ada di UIN Walisongo.
2. Pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo yaitu dengan merealisasikan perencanaan program kerja humas, sebagai berikut:
  - 1) Mengoptimalkan media website sebagai induk informasi UIN Walisongo, misalnya informasi mengenai berita, penerimaan mahasiswa baru, pengumuman, agenda kegiatan UIN Walisongo Semarang.

- 2) Melakukan inovasi terhadap konten-konten yang akan dipublikasikan dengan menarik dan kreatif, misalnya flayer/video mengenai keunggulan, pencapaian, dan prestasi yang diraih oleh UIN Walisongo
  - 3) Membangun dan merawat jejaring dengan media massa terkait pemberitaan tentang kegiatan UIN Walisongo Semarang.
  - 4) Memberikan informasi tentang seluruh kegiatan yang ada di UIN Walisongo kepada publik.
3. Evaluasi humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo yaitu dengan mengevaluasi perencanaan dan pelaksanaan program kerja humas agar menjadi bahan pertimbangan dan perbaikan untuk program kerja selanjutnya. Evaluasi humas dalam meningkatkan citra yaitu sebagai berikut:
- 1) Media website mengalami penurunan jika dilihat dari survey *webomatriks*. Website UIN Walisongo mengalami penurunan dari segi jumlah situs yang dikunjungi. Hal ini dikarenakan kurangnya *upgrading* mengenai informasi yang dipublikasikan.
  - 2) Media sosial mengalami peningkatan *followers* jika dilihat dari jumlah pengikut tahun sebelumnya. Humas selalu memberikan informasi positif sehingga media sosial UIN Walisongo terus mengalami peningkatan dari segi konten dan pengikut/*followers*

- 3) Humas mempunyai relasi yang baik dengan media massa, sehingga berita yang dipublikasikan di media massa adalah berita yang sudah terkonfirmasi oleh pihak humas dan dapat terkendali.
- 4) Dokumentasi kegiatan UIN Walisongo dapat dipublikasikan dengan baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, dengan segala kerendahan hati penulis memberikan saran agar dapat menjadi pertimbangan dan perbaikan sebagai berikut:

### **1. Perencanaan**

Dalam perencanaan pada program kerja humas, sebaiknya menyusun analisis SWOT terlebih dahulu mengenai media-media yang digunakan misalnya media sosial, agar program kerja dapat maksimal dan tepat sasaran.

### **2. Pelaksanaan**

Dalam pelaksanaan humas hendaknya lebih meningkatkan segala kinerja dan memberdayakan semua komponen yang ada di UIN Walisongo. Anggota subbag humas dipilih sesuai dengan *skill* dan kemampuannya masing-masing. Penambahan anggota subbag humas sangat dibutuhkan, agar program kerja berjalan secara maksimal.

### **3. Evaluasi**

Dalam evaluasi humas, perlu adanya survei kepada publik eksternal (calon mahasiswa baru dan masyarakat luas)

mengenai tingkat kepuasan terhadap kinerja humas dalam meningkatkan citra. Survei tersebut bertujuan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dan perbaikan humas selanjutnya.

### **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang Maha Agung lagi Maha Kuasa sehingga dengan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini. Peneliti mengucapkan banyak trimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material. Semoga amal kebaikan mereka mendapatkan sebaik-baiknya balasan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkepentingan dan bagi para pembaca. Aamiin

## DAFTAR PUSTAKA

Annur, Saiful dan Audina, Ulia. Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang. *Jurnal Nuansa* (Vol. XII, No.2, tahun 2019).

Arifudin, Opan. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.

Darma, Adi. *Manajemen Humas Dalam Membangun Partisipasi Masyarakat*. Medan: UIN Sumatera Utara, 2019.

G. Sevilla, Consuelo. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1993).

<https://ppid.walisongo.ac.id/uin-walisongo-semarang-peringkat-dua-ptkin-paling-lestari/> , diakses 14 Februari 2021

Indrioko, Erwin. Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Universum* (Vol. 9, No. 2, tahun 2015).

M.Echol, John dan Shadily, Hasan. Kamus Inggris Indonesia. Jakarta: PT Gramedia, tahun 2006.

Masyhuda, Muhammad Afyfy. *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2019.

Musyarrofah, Mifrohatul “Peran Humas dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi”, *Jurnal Idaarah*, (Vol. 2, No. 1, tahun 2018)

Nadeak, Bernadetha. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.

Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan aplikasinya*. Malang: UMM Press, 2010.

Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books, 2014.

Ruslan, Rosadi. *Manajemen Public Relation: Konsep dan Aplikasinya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo, tahun 2018

Ruslan, Rosady. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.

S. Gasing, Syarifuddin dan Suryanto, *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016

Sari, Wina Puspita dan Sugiarto, Asep. *Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan*.

Satlita ,Lena. *Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi*. (Vol. VII, No. 1, tahun 2007)

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Undang-Undang Dasar 1945. *Hak Mendapat Pendidikan*. Pasal 31 ayat 1

Yuliani, Haryanti. *Kinerja Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Provinsi Banten*. Banten: IAIN Sultan Maulana Hasanudin, 2019.

Zainal, Mukarom. *Manajemen Public Relation*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015

## Lampiran 1

### **PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KASUBBAG HUMAS UIN WALISONGO SEMARANG TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG**

---

---

Hari/Tanggal :

Responden :

Jabatan :

Lokasi :

Waktu :

**A. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana peran humas di UIN Walisongo Semarang?
2. Apa rencana program kerja humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang?
3. Siapa saja yang terlibat dalam program kerja humas?
4. Media apa saja yang digunakan humas dalam meningkatkan citra?

**B. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo?**

1. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan website?
2. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter)?

**C. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan website?

2. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan media sosial?
3. Bagaiaman evaluasi dari program kerja dengan media massa?
4. Bagaimana evaluasi dari program kerja dokumentasi?
5. Apa dampak positif dari media dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang?

## Lampiran 2

### **PEDOMAN WAWANCARA DENGAN SUBBAG HUMAS UIN WALISONGO SEMARANG TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG**

---

---

Hari/Tanggal :

Responden :

Jabatan :

Lokasi :

Waktu :

**A. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana peran humas di UIN Walisongo Semarang?
2. Apa rencana program kerja humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang?
3. Siapa saja yang terlibat dalam program kerja humas?
4. Media apa saja yang digunakan humas dalam meningkatkan citra?

**B. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo?**

1. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan website?
2. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter)?

**C. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan website?
2. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan media sosial?
3. Bagaimana evaluasi dari program kerja dengan media massa?

### Lampiran 3

## **PEDOMAN WAWANCARA DENGAN SUBBAG HUMAS UIN WALISONGO SEMARANG TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG**

---

---

Hari/Tanggal :

Responden :

Jabatan :

Lokasi :

Waktu :

#### **A. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana peran humas di UIN Walisongo Semarang?
2. Apa rencana program kerja humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang?
3. Siapa saja yang terlibat dalam program kerja humas?
4. Media apa saja yang digunakan humas dalam meningkatkan citra?

#### **B. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo?**

1. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan website?
2. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter)?
3. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja humas dengan menggunakan media massa?
4. Bagaimana dalam melaksanakan program kerja dokumentasi?

**C. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan citra lembaga UIN Walisongo Semarang?**

1. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan website?
2. Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam menggunakan media sosial?
3. Bagaimana evaluasi dari program kerja dengan media massa?
4. Bagaimana evaluasi dari program kerja dokumentasi?
5. Apa saja kendala humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang
6. Bagaimana penilaian masyarakat terhadap UIN Walisongo Semarang?



33 Kasubbag : Kalau media kita menggunakan website, media  
34 sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan kita  
35 juga bekerja sama dengan media online maupun  
36 cetak

37 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
38 humas?

39 Kasubbag : Dalam melaksanakan program kerja untuk pengenalan  
40 UIN Walisongo, media yang kita gunakan untuk  
41 publikasi adalah website dan media sosial yang  
42 digunakan untuk iklan. Saya lebih sering iklan di  
43 instagram karena jangkauannya lebih luas dan  
44 sasarannya calon mahasiswa baru dan generasi milenial.

45 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam  
46 menggunakan website?

47 Kasubbag : Dilihat dari *webomatriks* website kita beberapa tahun  
48 agak menurun, dulu kita pernah nomer dua, tinggi waktu  
49 itu. Kalau saya bilang, website sini masih kurang hasil  
50 jurnal penelitian dan tulisan-tulisan yang sedang  
51 *booming* yang biasanya menjadi rujukan. Di website  
52 belum ada kolom membahas itu.

53 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam  
54 menggunakan media sosial?

55 Kasubbag : Lumayan ya mba, Instagram kita sudah centang biru.  
56 Dan setiap tahun followers kita peningkatannya cukup  
57 signifikan. Kalau media sosial menurut saya, sudah  
58 melebihi target saya.

59 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dengan media  
60 massa?

61 Kasubbag : Humas kan menjalin hubungan baik dengan media, jadi  
62 kalau ada berita tentang UIN Walisongo yang mau  
63 keluar, mereka konfirmasi dulu ke kita. Jadi berita yang  
64 dipublikasi gak kemana-mana, masih bisa terkendali.

65 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dokumentasi?  
66 Kasubbag : Jujur saja kita kekurangan Sumber Daya Manusia  
67 (SDM). SDM kita hanya 6 orang dan mereka adalah  
68 dosen muda bukan khusus staf humas. Jadi mereka  
69 mempunyai tugas ganda, yaitu sebagai dosen dan

70 membantu tugas humas. Kadang kalau lagi banyak  
71 kegiatan kita kewalahan dalam membagi tugas. Kita  
72 harus meliput seluruh kegiatan di UIN Walisongo. Tapi  
73 kita masih bisa bekerja dengan professional, seluruh  
74 kegiatan bisa *tercover*.  
75 Peneliti : Apa dampak positif dari media dalam meningkatkan  
76 citra UIN Walisongo Semarang?  
77 Kasubbag : Pasti positif ya mba.  
78

79

80

Semarang, 13 April 2021

81 Kasubbag Humas

Peneliti

82

83

84   
Astri Amanati B.



Al Maidah

85

86

1 **Lampiran 5**

2 **TRANSKIP HASIL WAWANCARA DENGAN SUBBAG**  
3 **HUMAS TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM**  
4 **MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO**  
5 **SEMARANG**

---

6 Kode : THW-02

- 7
- 8 Hari/Tanggal : Jum'at, 9 April 2021
- 9 Responden : Pak Widi Cahya Adi
- 10 Jabatan : Kasubbag Humas UIN Walisongo Semarang
- 11 Lokasi : Kampus 3 UIN Walisongo Semarang
- 12 Waktu : 16.00-16.30 WIB
- 13
- 14 Peneliti : Bagaimana peran humas di UIN Walisongo  
15 Semarang?
- 16 Subbag Humas : Humas itu sebagai pelopor atau penggerak dari  
17 wajahnya UIN Walisongo Semarang. Jadi kita berada  
18 yang paling depan untuk mengabarkan,  
19 memberitahukan dari kegiatan-kegiatan kampus.
- 20 Peneliti : Apa saja program kerja humas dalam meningkatkan  
21 citra?
- 22 Subbag Humas : Untuk rencana program kerja, kita selalu aktif untuk  
23 mengabarkan apa yang dimiliki UIN Walisongo  
24 Semarang di media sosial. Kemudian membuat konten-  
25 konten yang membuat orang-orang mengenal UIN  
26 Walisongo. Selain itu kita juga bekerjasama dan  
27 merangkul beberapa media massa dan media online.
- 28 Peneliti : Media apa saja yang digunakan humas dalam  
29 meningkatkan citra?
- 30 Subbag Humas : Media massa, media cetak, media online dalam bentuk  
31 berita-berita, kemudian media sosial kita punya  
32 semuanya, instagam, facebook, twitter.
- 33 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan  
34 media website?

35 Subbag Humas : Seperti yang kita tahu bahwa website baru saja di  
36 *remake*. Namun kami merasa masih banyak yang  
37 kurang di website kami, maka dari itu kami ingin  
38 merencanakan *upgrading* dari segi tampilan, segi font  
39 website, dan lain sebagainya.

40 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan  
41 media sosial?

42 Subbag Humas : Untuk media sosial seperti Instagram, Twitter dan  
43 Facebook, kita harus memposting kegiatan yang  
44 menarik dan terfilter dari kegiatan yang ada di  
45 universitas. Jadi tidak semua kami setuju untuk di  
46 publikasi.

47 Peneliti : Bagaimana pelaksanaan humas dalam program kerja  
48 menggunakan media website?

49 Subbag Humas : Kami menggunakan website sebagai database UIN  
50 yang bisa dilihat masyarakat luas. Website juga sebagai  
51 induk informasi yang ada di kampus kita. Sosial media  
52 kami gunakan untuk media informasi yang lebih ringan  
53 dan informasinya bisa diterima masyarakat banyak.

54 Peneliti : Bagaimana pelaksanaan humas dalam program kerja  
55 menggunakan media sosial?

56 Subbag Humas : Sosial media seperti Instagram, Facebook, dan  
57 Twitter sebagai informasi mengenai kegiatan, prestasi,  
58 pencapaian dan lain sebagainya. Kita harus memahami  
59 aset apa yang dimiliki UIN Walisongo, setelah itu kita  
60 membuat konten-konten video. Salah satu contohnya  
61 adalah video yang baru kami buat dan di posting di  
62 media sosial, cukup banyak yang antusias dengan video  
63 tersebut.

64 Peneliti : Bagaimana evaluasi hasil dari media website humas  
65 dalam meningkatkan citra?

66 Subbag Humas : Kita tidak memiliki alat ukur yang bisa mengukur.  
67 Tapi dari tahun sebelumnya humas sudah ada  
68 perubahan. Website sudah mengalami pergerakan tapi  
69 masih perlu dikembangkan lagi, karena jika dilihat dari  
70 segi tampilan masih ada hal-hal yang menggelitik.

71 Peneliti : Bagaimana evaluasi hasil dari media sosial humas  
72 dalam meningkatkan citra?

73 Subbag Humas :Yang jelas kalau dilihat untuk segi konten postingan di  
74 Instagram itu bisa dilihat dari konten dari tahun ke  
75 tahun, cukup menalami perubahan.  
76 Peneliti : Kita hanya berpacu pada kuantitas, jadi misalnya kita  
77 punya target postingan sekian tercapainya sekian. Kita  
78 gak punya alat untuk mengukur secara kualitas, seperti  
79 angket. Jadi kita menilainya ya subjektif.

80

81

Semarang, 13 April 2021

82 Subbag Humas

Peneliti

83



84 Widi Cahya Adi

Al Maidah

85

86

87

88

89

1 **Lampiran 6**

2 **TRANSKRIP HASIL WAWANCARA DENGAN SUBBAG**  
3 **HUMAS TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM**  
4 **MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO**  
5 **SEMARANG**

---

6 Kode : THW-03

- 7
- 8 Hari/Tanggal : Jum'at, 9 April 2021
- 9 Informan : Pak Muji Suwarno
- 10 Jabatan : Kasubbag Humas UIN Walisongo Semarang
- 11 Lokasi : Kampus 3 UIN Walisongo Semarang
- 12 Waktu : 16.30-17.00 WIB
- 13
- 14 Peneliti : Bagaimana peran humas di UIN Walisongo
- 15 Semarang?
- 16 Subbag Humas : Humas utamanya itu pusdekdok, jadi dokumentasi,
- 17 menyebarkan informasi, dan *image building*.
- 18 Peneliti : Apa rencana program kerja humas dalam
- 19 meningkatkan citra UIN Walisongo?
- 20 Subbag Humas : Rencananya kita akan memperlihatkan aset yang
- 21 dimiliki UIN Walisongo, contohnya gedung baru. Itu
- 22 bisa dijadikan bahan untuk membuat video yang dapat
- 23 meningkatkan citra UIN Walisongo
- 24 Peneliti : Media apa saja yang digunakan humas dalam
- 25 meningkatkan citra?
- 26 Subbag humas : Banyak ya, salah satunya media massa jadi kita juga
- 27 punya grup wartawan-wartawan yang merupakan
- 28 alumni UIN.
- 29 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan
- 30 media website?
- 31 Subbag Humas : Kalau rencana, website sementara ini digunakan
- 32 untuk mengupload berita, pengumuman, dan agenda-
- 33 agenda yang ada di UIN
- 34 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan
- 35 media sosial?

36 Subbag Humas : Kalau media sosial intinya kalau ada *event* atau  
37 pengumuman ya kita posting saja.

38 Penelitian : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan  
39 media massa?

40 Subbag Humas : Kalau media cetak, kita kerjasama salah satunya  
41 dengan Tribun, tiap bulan pasti ada artikel dosen yang  
42 masuk ke Tribun.

43 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
44 dengan menggunakan media website?

45 Subbag Humas : Dalam mengupload berita, pengumuman, agenda-  
46 agenda yang ada di UIN, dan artikel-artikel dari dosen  
47 kita menggunakan website.

48 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
49 dengan menggunakan media sosial?

50 Subbag Humas : Untuk media sosial lebih berfokus pada konten-  
51 konten yang milenial.

52 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
53 dengan menggunakan media massa?

54 Subbag Humas : Kita bekerjasama dengan media massa baik cetak  
55 maupun online Biasanya kalau ada kegiatan, kita kirim  
56 *release*, tolong dimuat. Karena kita punya grup  
57 jurnalis, yang kebanyakan alumni sini. Jadi beritanya  
58 langsung keluar.

59 Peneliti : Bagaiamana dalam melaksanakan program kerja  
60 dokumentasi?

61 Subbag Humas : Kita utamanya publikasi dan dokumentasi. UIN  
62 Walisongo mempunyai banyak event, humas berada  
63 pada semua event itu. Karena tugas wajib humas itu  
64 liputan. Humas sebagai peliput atau  
65 mendokumentasikan dan mempublikasikan setiap  
66 event yang ada.

67 Peneliti : Bagaiamana evaluasi hasil dari program kerja  
68 menggunakan media website?

69 Subbag Humas : Belum ada surveinya, lebih baik lagi kalau ada angket  
70 yang disebarakan kepada mahasiswa atau masyarakat  
71 mengenai website UIN Walisongo Semarang.

72 Peneliti : Bagaiamana evaluasi hasil dari program kerja  
73 menggunakan media sosial?

74 Subbag Humas : Kalau di media sosial Instagram kita ada target  
75 follower yang naik berapa. Tahun ini follower cukup  
76 meningkat. Instagram kita sekarang sudah centang atau  
77 *verified*  
78 Penelitian : Apa saja kendala humas dalam melaksanakan  
79 program kerja?  
80 Subbag Humas : Kendala ada beberapa ya, salah satunya kita  
81 kekurangan orang, karena kita disini ngajar juga.  
82 Penelitian : Bagaimana penilaian masyarakat terhadap humas  
83 atau citra UIN Walisongo?  
84 Subbag Humas: Nah kalau itu, kita belum ada survei mengenai  
85 kepuasan ya, kita buat konten saja sudah kerepotan  
86 apalagi membuat survey.  
87  
88

89

Semarang, 13 April 2021

90 Subbag Humas

Peneliti

91



92

93 **Muji Suwarno**

**Al Maidah**

94

95

1 **Lampiran 7**

2 **CATATAN LAPANGAN OBSERVASI**  
3 **MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA**  
4 **LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG**

---

5

- 6 1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga  
7 UIN Walisongo Semarang

8 Dalam perencanaan humas memiliki beberapa program  
9 kerja yang dirancang dengan cukup baik. Dilihat dari beberapa  
10 program kerja humas yang lebih menggunakan media sebagai  
11 *branding*. Selain itu, dapat dilihat dan diamati informasi yang  
12 dipublikasikan di media sosial dan website UIN Walisongo  
13 Semarang.

- 14 2. Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN  
15 Walisongo

16 Dalam pelaksanaan humas sudah melaksanakan sesuai  
17 dengan program kerja yang direncanakan. Dilihat dari  
18 kegiatan-kegiatan yang dipublikasikan dan didokumentasikan  
19 oleh humas. Selain itu dapat dilihat dan diamati dari  
20 perkembangan media sosial, website, media massa online

- 21 3. Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN  
22 Walisongo Semarang

23 Dalam Evaluasi, dilihat dari program yang sudah  
24 terlaksana cukup baik. Penilaian dapat dilihat dari pengamatan  
25 website, media sosial, media massa dan dokumentasi foto  
26 kegiatan UIN Walisongo.

27

1 **Lampiran 8**

2 **BUKTI REDUKSI WAWANCARA DENGAN KASUBBAG**  
3 **HUMAS TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM**  
4 **MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO**  
5 **SEMARANG**

---

6 Kode : THW-01

- 7
- 8 Hari/Tanggal : Jum'at, 9 April 2021
- 9 Responden : Bu Astri Amanati
- 10 Jabatan : Kasubbag Humas UIN Walisongo Semarang
- 11 Lokasi : Kampus 3 UIN Walisongo Semarang
- 12 Waktu : 12.31-13.00 WIB
- 13
- 14 Peneliti : Bagaimana peran humas di UIN Walisongo
- 15 Semarang?
- 16 Kasubbag : Kita menjadi ujung tombak, dari segala kegiatan, kita
- 17 yang mendokumentasikan, menyampaikan, dan
- 18 mengumumkan keluar ada apa saja. kita bekerjasama
- 19 dengan media-media, seperti online dan cetak.
- 20 Peneliti : Apa rencana program kerja humas dalam
- 21 meningkatkan citra UIN Walisongo Semarang?
- 22 Kasubbag : Kita di awal tahun itu ada target-target khusus
- 23 terutama di media sosial, menambah follower,
- 24 membuat video yang memperkenalkan UIN Walisongo
- 25 dan apa saja yang kita lakukan disitu ada.
- 26 Peneliti : Siapa saja yang terlibat dalam program kerja
- 27 humas?
- 28 Kasubbag : Kalo di humas sendiri ya, disini malah cados (calon
- 29 dosen) semua. Tapi kita gak bisa lepas dari bagin
- 30 Kerjasama karena kita satu bagian. Tetap support
- 31 ya, misal kita butuh data apa tetap dibantu.
- 32 Peneliti : Media apa saja yang digunakan humas dalam
- 33 meningkatkan citra?

34 Kasubbag : Kalau media kita menggunakan website, media  
35 sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan kita  
36 juga bekerja sama dengan media online maupun  
37 cetak

38 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
39 humas?

40 Kasubbag : Dalam melaksanakan program kerja untuk pengenalan  
41 UIN Walisongo, media yang kita gunakan untuk  
42 publikasi adalah website dan media sosial yang  
43 digunakan untuk iklan. Saya lebih sering iklan di  
44 instagram karena jangkauannya lebih luas dan  
45 sasarannya calon mahasiswa baru dan generasi milenial.

46 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam  
47 menggunakan website?

48 Kasubbag : Dilihat dari *webomatriks* website kita beberapa tahun  
49 agak menurun, dulu kita pernah nomer dua, tinggi waktu  
50 itu. Kalau saya bilang, website sini masih kurang hasil  
51 jurnal penelitian dan tulisan-tulisan yang sedang  
52 *booming* yang biasanya menjadi rujukan. Di website  
53 belum ada kolom membahas itu.

54 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dalam  
55 menggunakan media sosial?

56 Kasubbag : Lumayan ya mba, Instagram kita sudah centang biru.  
57 Dan setiap tahun followers kita peningkatannya cukup  
58 signifikan. Kalau media sosial menurut saya, sudah  
59 melebihi target saya.

60 Peneliti : Bagaiaman evaluasi dari program kerja dengan media  
61 massa?

62 Kasubbag : Humas kan menjalin hubungan baik dengan media, jadi  
63 kalau ada berita tentang UIN Walisongo yang mau  
64 keluar, mereka konfirmasi dulu ke kita. Jadi berita yang  
65 dipublikasi gak kemana-mana, masih bisa terkendali.

66 Peneliti : Bagaimana evaluasi dari program kerja dokumentasi?  
67 Kasubbag : Jujur saja kita kekurangan Sumber Daya Manusia  
68 (SDM). SDM kita hanya 6 orang dan mereka adalah  
69 dosen muda bukan khusus staf humas. Jadi mereka  
70 mempunyai tugas ganda, yaitu sebagai dosen dan

71 membantu tugas humas. Kadang kalau lagi banyak  
72 kegiatan kita kewalahan dalam membagi tugas. Kita  
73 harus meliput seluruh kegiatan di UIN Walisongo. Tapi  
74 kita masih bisa bekerja dengan professional, seluruh  
75 kegiatan bisa tercover.

76 Peneliti : Apa dampak positif dari media dalam meningkatkan  
77 citra UIN Walisongo Semarang?

78 Kasubbag : Pasti positif ya mba.

79

80

Semarang, 13 April 2021

81 Kasubbag Humas

Peneliti

82

83

84   
Astri Amaniati B.

  
Al Maidah

85

86

1 **Lampiran 9**

2 **BUKTI REDUKSI WAWANCARA DENGAN KASUBBAG**  
3 **HUMAS TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM**  
4 **MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO**  
5 **SEMARANG**

---

6 Kode : THW-02

- 7
- 8 Hari/Tanggal : Jum'at, 9 April 2021
- 9 Responden : Pak Widi Cahya Adi
- 10 Jabatan : Kasubbag Humas UIN Walisongo Semarang
- 11 Lokasi : Kampus 3 UIN Walisongo Semarang
- 12 Waktu : 16.00-16.30 WIB
- 13
- 14 Peneliti : Bagaimana peran humas di UIN Walisongo
- 15 Semarang?
- 16 Subbag Humas : Humas itu sebagai pelopor atau penggerak dari
- 17 wajahnya UIN Walisongo Semarang. Jadi kita berada
- 18 yang paling depan untuk mengabarkan,
- 19 memberitahukan dari kegiatan-kegiatan kampus.
- 20 Peneliti : Apa saja program kerja humas dalam meningkatkan
- 21 citra?
- 22 Subbag Humas : Untuk rencana program kerja, kita selalu aktif untuk
- 23 mengabarkan apa yang dimiliki UIN Walisongo
- 24 Semarang di media sosial. Kemudian membuat konten-
- 25 konten yang membuat orang-orang mengenal UIN
- 26 Walisongo. Selain itu kita juga bekerjasama dan
- 27 merangkul beberapa media massa dan media online.
- 28 Peneliti : Media apa saja yang digunakan humas dalam
- 29 meningkatkan citra?
- 30 Subbag Humas : Media massa, media cetak, media online dalam bentuk
- 31 berita-berita, kemudian media sosial kita punya
- 32 semuanya, instagam, facebook, twitter.
- 33 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan
- 34 media website?

- 35 Subbag Humas : Seperti yang kita tahu bahwa website baru saja di  
36 remake. Namun kami merasa masih banyak yang  
37 kurang di website kami, maka dari itu kami ingin  
38 merencanakan *upgrading* dari segi tampilan, segi font  
39 website, dan lain sebagainya.
- 40 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan  
41 media sosial?
- 42 Subbag Humas : Untuk media sosial seperti Instagram, Twitter dan  
43 Facebook, kita harus memposting kegiatan yang  
44 menarik dan terfilter dari kegiatan yang ada di  
45 universitas. Jadi tidak semua kami setuju untuk di  
46 publikasi.
- 47 Peneliti : Bagaimana pelaksanaan humas dalam program kerja  
48 menggunakan media website?
- 49 Subbag Humas : Kami menggunakan website sebagai database UIN  
50 yang bisa dilihat masyarakat luas. Website juga sebagai  
51 induk informasi yang ada di kampus kita. Sosial media  
52 kami gunakan untuk media informasi yang lebih ringan  
53 dan informasinya bisa diterima masyarakat banyak.
- 54 Peneliti : Bagaimana pelaksanaan humas dalam program kerja  
55 menggunakan media sosial?
- 56 Subbag Humas : Sosial media seperti Instagram, Facebook, dan  
57 Twitter sebagai informasi mengenai kegiatan, prestasi,  
58 pencapaian dan lain sebagainya. Kita harus memahami  
59 aset apa yang dimiliki UIN Walisongo, setelah itu kita  
60 membuat konten-konten video. Salah satu contohnya  
61 adalah video yang baru kami buat dan di posting di  
62 media sosial, cukup banyak yang antusias dengan video  
63 tersebut.
- 64 Peneliti : Bagaimana evaluasi hasil dari media website humas  
65 dalam meningkatkan citra?
- 66 Subbag Humas : Kita tidak memiliki alat ukur yang bisa mengukur.  
67 Tapi dari tahun sebelumnya humas sudah ada  
68 perubahan. Website sudah mengalami pergerakan tapi  
69 masih perlu dikembangkan lagi, karena jika dilihat dari  
70 segi tampilan masih ada hal-hal yang menggelitik.
- 71 Peneliti : Bagaimana evaluasi hasil dari media sosial humas  
72 dalam meningkatkan citra?

73 Subbag Humas : Dari segi konten sudah bisa dilihat. Kami juga  
74 menghitung konten yang diposting. Kami tidak  
75 mempunyai alat ukur atau instrument, jadi hanya  
76 didengar secara subjektif (respon masyarakat). Kami  
77 belum bisa mengukur secara kualitas, namun hanya  
78 kuantitas seperti berapa postingan dan lain sebagainya.

79  
80 Peneliti : Kita hanya berpacu pada kuantitas, jadi misalnya kita  
81 punya target postingan sekian tercapainya sekian. Kita  
82 gak punya alat untuk mengukur secara kualitas, seperti  
83 angket. Jadi kita menilainya ya subjektif.

84

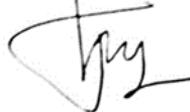
85

Semarang, 13 April 2021

86 Subbag Humas

Peneliti

87



88 Widi Cahya Adi

Al Maidah

89

1 **Lampiran 10**

2 **BUKTI REDUKSI WAWANCARA DENGAN KASUBBAG**  
3 **HUMAS TENTANG MANAJEMEN HUMAS DALAM**  
4 **MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO**  
5 **SEMARANG**

---

6 Kode : THW-03

- 7
- 8 Hari/Tanggal : Jum'at, 9 April 2021
- 9 Informan : Pak Muji Suwarno
- 10 Jabatan : Kasubbag Humas UIN Walisongo Semarang
- 11 Lokasi : Kampus 3 UIN Walisongo Semarang
- 12 Waktu : 16.30-17.00 WIB
- 13
- 14 Peneliti : Bagaimana peran humas di UIN Walisongo
- 15 Semarang?
- 16 Subbag Humas : Humas utamanya itu pusdekdok, jadi dokumentasi,
- 17 menyebarkan informasi, dan *image building*.
- 18 Peneliti : Apa rencana program kerja humas dalam
- 19 meningkatkan citra UIN Walisongo?
- 20 Subbag Humas : Rencananya kita akan memperlihatkan aset yang
- 21 dimiliki UIN Walisongo, contohnya gedung baru. Itu
- 22 bisa dijadikan bahan untuk membuat video yang dapat
- 23 meningkatkan citra UIN Walisongo
- 24 Peneliti : Media apa saja yang digunakan humas dalam
- 25 meningkatkan citra?
- 26 Subbag humas : Banyak ya, salah satunya media massa jadi kita juga
- 27 punya grup wartawan-wartawan yang merupakan
- 28 alumni UIN.
- 29 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan
- 30 media website?
- 31 Subbag Humas : Kalau rencana, website sementara ini digunakan
- 32 untuk mengupload berita, pengumuman, dan agenda-
- 33 agenda yang ada di UIN
- 34 Peneliti : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan
- 35 media sosial?

36 Subbag Humas : Kalau media sosial intinya kalau ada *event* atau  
37 pengumuman ya kita posting saja.

38 Penelitian : Bagaimana perencanaan humas dalam menggunakan  
39 media massa?

40 Subbag Humas : Kalau media cetak, kita kerjasama salah satunya  
41 dengan Tribun, tiap bulan pasti ada artikel dosen yang  
42 masuk ke Tribun.

43 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
44 dengan menggunakan media website?

45 Subbag Humas : Dalam mengupload berita, pengumuman, agenda-  
46 agenda yang ada di UIN, dan artikel-artikel dari dosen  
47 kita menggunakan website.

48 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
49 dengan menggunakan media sosial?

50 Subbag Humas : Untuk media sosial lebih berfokus pada konten-  
51 konten yang milenial.

52 Peneliti : Bagaimana dalam melaksanakan program kerja  
53 dengan menggunakan media massa?

54 Subbag Humas : Kita bekerjasama dengan media massa baik cetak  
55 maupun online Biasanya kalau ada kegiatan, kita kirim  
56 release, tolong dimuat. Karena kita punya grup  
57 jurnalis, yang kebanyakan alumni sini. Jadi beritanya  
58 langsung keluar.

59 Peneliti : Bagaiamana dalam melaksanakan program kerja  
60 dokumentasi?

61 Subbag Humas : Kita utamanya publikasi dan dokumentasi. UIN  
62 Walisongo mempunyai banyak event, humas berada  
63 pada semua event itu. Karena tugas wajib humas itu  
64 liputan. Humas sebagai peliput atau  
65 mendokumentasikan dan mempublikasikan setiap  
66 event yang ada.

67 Peneliti : Bagaiamana evaluasi hasil dari program kerja  
68 menggunakan media website?

69 Subbag Humas : Belum ada surveinya, lebih baik lagi kalau ada angket  
70 yang disebarakan kepada mahasiswa atau masyarakat  
71 mengenai website UIN Walisongo Semarang.

72 Peneliti : Bagaiamana evaluasi hasil dari program kerja  
73 menggunakan media sosial?

74 Subbag Humas : Kalau di media sosial Instagram kita ada target  
75 follower yang naik berapa. Tahun ini follower cukup  
76 meningkat. Instagram kita sekarang sudah centang atau  
77 verified  
78 Penelitian : Apa saja kendala humas dalam melaksanakan  
79 program kerja?  
80 Subbag Humas : Kendala ada beberapa ya, salah satunya kita  
81 kekurangan orang, karena kita disini ngajar juga.  
82 Penelitian : Bagaimana penilaian masyarakat terhadap humas  
83 atau citra UIN Walisongo?  
84 Subbag Humas: Nah kalau itu, kita belum ada survei mengenai  
85 kepuasan ya, kita buat konten saja sudah kerepotan  
86 apalagi membuat survey.  
87

88

89

Semarang, 13 April 2021

90 Subbag Humas

Peneliti

91



92

93 Muji Suwarno

Al Maidah

94

95

96

97

## Lampiran 11

### DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar wawancara dengan Ibu Astri Amanati



Gambar wawancara dengan Bapak Widi Cahya Adi dan Bapak Muji Suwarno

## Lampiran 12



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387  
www.walisongo.ac.id

Nomor: B-835/Un.10.3/D.1/PG.00/03/2021

15 Maret 2020

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n. : Al Maidah

NIM : 1703036101

Yth.

Kasubbag Humas UIN Walisongo  
di tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Al Maidah

NIM : 1703036101

Alamat : Kelurahan Purwoyoso, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang

Judul skripsi : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra di UIN Walisongo  
Semarang

Pembimbing : Dr. Fatkhuroji, M. Pd

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama 2 hari, tanggal 22-23 Maret 2021

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alikum Wr.Wb.

Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
**Dr. Mahfud Junaedi, M.Ag**  
NIP: 197704152007011032

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

## Lampiran 13



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295 Fax. 024-  
7615387 Semarang 50185

### SURAT KETERANGAN

Nomor: B- /Un.10.3/D.1/PG.00/06/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astri Amanati B.  
Jabatan : Kasubbag Humas  
Tempat Tugas : UIN Walisongo Semarang

Menerangkan bahwa:

Nama : Al Maidah  
NIM : 1703036101  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Bahwa mahasiswa tersebut benar-benar melakukan penelitian di Subbag humas UIN Walisongo Semarang dengan judul "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra di UIN Walisongo Semarang" pada tanggal 9 April 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Semarang, 8 Juni 2021  
Kasubbag Humas  
  
Astri Amanati B.

## Lampiran 14

### RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Al Maidah
2. Tempat Tanggal Lahir : Pemalang, 17 Juli 1999
3. Alamat Rumah :Desa Pegiringan Kec.  
Bantarbolang Kab. Pemalang
4. No. HP : 083124128771
5. Email : [almaidahnepal@gmail.com](mailto:almaidahnepal@gmail.com)

#### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD Negeri 04 Pegiringan
  - b. SMP Negeri 2 Bantarbolang
  - c. SMK Negeri 1 Pemalang
  - d. UIN Walisongo Semarang
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Madrasah Diniyah Nurul Hikmah

Semarang, 8 Juni 2021



**Al Maidah**

NIM: 1703036101