

**STRATEGI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MEMBANGUN PERGURUAN TINGGI AGAMA
ISLAM YANG UNGGUL
(Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)**

TESIS

Oleh:

Yulia Ainurrohmah Wati
(12710025)



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2014

**STRATEGI MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MEMBANGUN PERGURUAN TINGGI AGAMA
ISLAM YANG UNGGUL**

(Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

TESIS

Diajukan Untuk Mengikuti Ujian Tesis
Pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Pada semester Genap Tahun Akademik 2012/2013

Oleh:

Yulia Ainurrohmah Wati

(12710025)



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**


2014

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS


Tesis dengan judul "Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Batu, 12 September 2014

Pembimbing I


Dr. H. Munirul Abidin, MA
NIP. 197204202002121003


Pembimbing II


Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 19660626200501003

Batu, 12 September 2014

Mengetahui,


Ketua Program Magister MPI

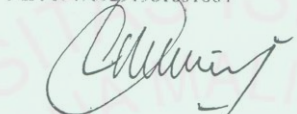

Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I
NIP. 195612311983031032


LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

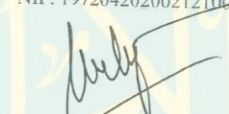
Tesis dengan judul “Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul (Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal, 17 September 2014.

Dewan Penguji.



(Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag.) Ketua
NIP. 194909291981031004


(Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M.Ag.) Penguji Utama
NIP. 196201151998031001


(Dr. H. Munirul Abidin, M.Ag.) Anggota
NIP. 197204202002121003


(Dr. H. Mulyono, M.A.) Anggota
NIP. 19660626200501003

Mengetahui,


(Prof. Dr. H. Muhammad, M.A.)
NIP. 195612111983031005



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Kupersembahkan karya tulis ini sebagai tanda baktiku kepada kedua orang tuaku, Abah Abdul Kholiq Shidiq (alm) dan Ibu Musanah. Serta untuk orang-orang yang kucintai, keluarga besar, dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan motivasi sehingga bisa sampai dan menyelesaikan kuliah S-2



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 9 September 2014



Yulia Ainur R

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena dengan rahmat, taufiq, dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul

“Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam Yang Unggul (Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)”

Penulis menyadari bahwa setiap insan biasa yang tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak, demi perbaikan tesis ini.

Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada beliau Nabi Muhammad beserta keluarga dan sahabatnya.

Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan pihak-pihak terkait dalam penyusunan tesis ini, berat rasanya menyelesaikan tugas ini karena masih dangkalnya ilmu dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Alm. Abah (Abdul Kholiq Shidiq) dan Ibunda (Musannah) yang memberikan do'a restu, dukungan baik materil maupun spirituil, dan adikku (Muhammad Abdailatul Bastomi) yang selalu menemani dan memberi motivasi kepada penulis.
2. Prof. Dr. H. Mujia Raharjo, M.Si selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Prof. H. Muhaimin, M.A selaku Direktur Pascasarjana.
4. Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I selaku Ketua Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
5. Dr. H. Munirul Abidin, M.A dan Dr. H. Mulyono, MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan penuh dalam penulisan tesis ini.
6. Bapak/ibu dosen beserta staf/karyawan Pascasarjana Program Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

7. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam memberikan saran dan kritik yang membangun dalam menyelesaikan tesis ini. Akhirnya penulis menyadari kepada Allah SWT tempat bertawakkal. Semoga amal yang telah Bapak/ Ibu/ Saudara/i kepada penulis mendapat balasan yang sebaik mungkin dari Allah SWT dan alam seisinya. Amin.

Malang, 9 September 2014

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Persembahan	v
Lembar Pernyataan	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Motto	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Originalitas penelitian	18
F. Definisi Istilah	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Konsep Humas	27
1. Manajemen Humas	27
a. Penemuan Fakta	31
b. Perencanaan Humas.....	33
c. Pelaksanaan Humas	38
d. Evaluasi Humas	61
2. Tujuan Humas	64
3. Jenis Humas	67
4. Fungsi Humas	69
5. Strategi Humas	74

B. Membangun PTAI yang Unggul.....	77
1. Pengertian Unggul	77
2. Upaya Membangun PTAI yang Unggul	80
C. Manajemen Humas dalam Perspektif Islam	84

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	91
B. Lokasi Penelitian	92
C. Kehadiran Peneliti	93
D. Jenis dan Sumber Data.....	94
E. Teknik Pengumpulan Data	95
1. Wawancara	96
2. Observasi	97
3. Dokumentasi	98
F. Informan Penelitian	99
G. Teknik Analisa Data	100
1. Reduksi Data.....	101
2. Penyajian Data	102
3. Kesimpulan/Verifikasi Data.....	103
H. Teknik Keabsahan Temuan.....	105
1. Perpanjangan Keikutsertaan	104
2. Triangulasi	104

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	105
B. Paparan Data penelitian	
1. Perencanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	109
2. Pelaksanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	135
3. Evaluasi Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	160

C. Temuan penelitian

1. Perencanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	175
2. Pelaksanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	176
3. Evaluasi Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	176

BAB V Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Perencanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	179
B. Pelaksanaan Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	189
C. Evaluasi Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul	302

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	207
B. Saran-saran	208

DAFTAR RUJUKAN	210
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Peringkat Universitas di Indonesia Versi Webometric.....	5
Tabel 1.2: Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.1: Penggunaan Media, Jenis, dan Sifat Humas	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Ruang lingkup Manajemen humas.....	30
Gambar 2.2: Langkah-langkah proses kerja humas	43
Gambar 4.1: Tahapan Pengembangan Kelembagaan (2005 s.d. 2030) ...	122
Gambar 4.2: Perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi islam yang unggul di UIN Maliki Malang	135
Gambar 4.3: Hubungan media dengan publishing	158
Gambar 4.4: Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul di UIN Maliki Malang	159
Gambar 4.5: Evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul	175
Gambar 4.6: Alur temuan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul	178
Gambar 5.1: Manfaat kerjasama (<i>partnership</i>)	194
Gambar 5.2: Mediator antara organisasi dan publiknya	196
Gambar 5.3: Hubungan media, persepsi dan tindakan.....	149

MOTTO

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيَّنَ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِّنَ النَّاسِ ﴿١١٢﴾

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka menjalin hubungan kepada (agama) Allah dan menjalin hubungan terhadap sesama manusia, ... (QS. Ali Imran [3]: 112).¹



¹ Al Qur'an dan Tarjemahnya (Madinah: Khadim al-Hramain, 1977),hal. 94.

ABSTRAK

Ainurrohmah, Yulia. 2014. *Manajemen Humas dalam dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul*. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: (I) Dr. H. Munirul Abidin, M.Ag, (II) Dr. H. Mulyono, M. Pd.i

Kata Kunci: Manajemen humas, membangun perguruan tinggi unggul

Manajemen humas merupakan salah satu penyangga dalam membangun perguruan tinggi yang unggul, diawali dengan program yang matang, strategi dan dimanage dengan baik, ketiga hal ini menjadi komitmen divisi kehumasan untuk tetap meningkatkan serta menjaga kualitas, keunggulan dan eksistensi kelembagaan melalui publikasi kepada pihak internal maupun eksternal. Tujuan penelitian ini untuk memahami; (1) Perencanaan manajemen humas dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang, (2) Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun Perguruan Tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang, (3) Evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analitis, lokasi penelitian di UIN Maliki Malang, Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi: (1) Rektor, (2) Pembantu Rektor, (3) Kasubag humas, (4) Staff humas, (5) Dosen, (6) Karyawan dan (7) Mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan cara dua tahap, yaitu (1) Reduksi data, (2) penyajian data, (3) kesimpulan/verifikasi data. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) perencanaan humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, penelitian dilakukan dengan melalui beberapa langkah dalam membuat perencanaan, mulai dari menganalisis atau mengawali perencanaan dengan analisis lingkungan, menyusun jati diri universitas, menyiapkan SDM unggul, menyusun jadwal pelaksanaan, menentukan target dan sasaran dan *budgeting*. (2) pelaksanaan humas dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul, diawali dengan pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal dan melakukannya dengan 3 strategi yaitu sosialisasi, komunikasi dan publikasi. (3) Evaluasi humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, diawali dengan melakukan persiapan evaluasi kemudian pelaksanaan evaluasi meliputi aspek waktu, dengan tahapan evaluasi lisan dan tulisan.

ABSTRACT

Ainurrohmah, Yulia. 2014. The Public Relations Management in the college building Islamic religious superior. Thesis, Program Management Studies Islamic Education, Graduate Program of State Islamic University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: (I) Dr. H. Munirul Abidin, M.Ag, (II) Dr. Mulyono H., M. Pd.I

Keywords: Management of public relations, building a superior college

Management of public relations is one of the buffers in building superior colleges, beginning with a mature program, strategy and managed well, these three public relations division committed to keep improving and maintaining the quality, excellence and institutional existence through publications to internal and external parties. The purpose of this study was to understand: (1) Planning public relations management in establishing Islamic religious university that excels at UIN Maliki, (2) implementation of public relations management in establishing Islamic religious university that excels at UIN Maliki, (3) evaluation of public relations management in establishing Islamic religious colleges superior in UIN Maliki.

This study used qualitative research methods with descriptive analytical method, the location of UIN Maliki study, data was collected through observation, interviews, and documentation. Informants in this study include: (1) The Rector, (2) the Vice Chancellor, (3) Head of PR, (4) public relations staff, (5) Lecturer, (6) Employees and (7) Students. Data analysis was performed by means of two phases, namely (1) data reduction, (2) data, (3) the conclusion / verification data. While checking the validity of the data is done by triangulation of sources and methods.

The findings show that: (1) the planning of public relations in college building a superior Islamic religion, research conducted through several steps in planning, ranging from analyzing or start planning with the environmental analysis, the identity of the university prepare, prepare superior human resources, implementation schedule , set targets and goals and budgeting. (2) the implementation of public relations in college building a superior religion of Islam, beginning with the implementation of activities on schedule and do it with three strategies, namely socialization, communication and publications. (3) Evaluation of public relations in college building a superior religion of Islam, beginning with the preparation of evaluation then evaluation covers the aspect of time, with oral and written evaluation stages.

المخلص

عين الرحمة، يوليو. ٢٠١٤. إدارة العلاقات العامة في الكلية بناءً الإسلامية متفوقة الدينية. أطروحة، دراسات إدارة برنامج التربية الإسلامية، برنامج الدراسات العليا من جامعة الدولة الإسلامية (UIN) مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف (I): الدكتور. الحاج. منير العابدین، M.Ag، (II) الدكتور. الحاج. مولیونو، M. Pd.I

الكلمات الرئيسية: إدارة العلاقات العامة، وبناء الكلية متفوقة

إدارة العلاقات العامة هي واحدة من مخازن في بناء المعاهد العليا، بدءاً من برنامج ناضجة واستراتيجية وتدار بشكل جيد، وهذه الفرقة ثلاث العلاقات العامة ملتزمون الحفاظ على تحسين والحفاظ على الجودة والتميز المؤسسي من خلال وجود المطبوعات لأطراف داخلية وخارجية. وكان الغرض من هذه الدراسة لفهم. (١) تخطيط وإدارة العلاقات العامة في تأسيس الجامعة الدينية الإسلامية التي يبرع في UIN المالكي، (٢) تنفيذ إدارة العلاقات العامة في تأسيس الجامعة الدينية الإسلامية التي يبرع في UIN المالكي، (٣) تقييم إدارة العلاقات العامة في إنشاء الكليات الدينية الإسلامية متفوقة في UIN المالكي .

هذه الدراسة استخدام طرق البحث النوعي مع المنهج الوصفي التحليلي، ومكان الدراسة UIN المالكي، وقد تم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والوثائق. المخبرين في هذه الدراسة ما يلي: (١) رئيس الجامعة، (٢) ونائب المستشار، (٣) رئيس قسم العلاقات العامة، (٤) موظفي العلاقات العامة، (٥) محاضر (٦) موظفين و (٧) طلاب. أجري تحليل البيانات عن طريق مرحلتين، هما (١) للحد من البيانات، (٢) البيانات، (٣) البيانات الاستنتاج / التحقق. في حين التحقق من صحة البيانات يتم ذلك عن طريق تثليث المصادر والأساليب .

أظهرت النتائج ما يلي: (١) تخطيط العلاقات العامة في الكلية بناءً الدين الإسلامي المتفوق، أجرى البحث من خلال عدة خطوات في التخطيط، بدءاً من تحليل أو بدء التخطيط مع التحليل البيئي، والهوية الجامعة تستعد، وإعداد الموارد البشرية المتفوقة، الجدول الزمني للتنفيذ، ووضع الأهداف والغايات ووضع الميزانية. (٢) تنفيذ العلاقات العامة في الكلية بناءً الدين أعلى من الإسلام، بدءاً من تنفيذ أنشطة في الموعد المحدد ونفعل ذلك مع ثلاث استراتيجيات، وهي التنشئة الاجتماعية، والاتصالات، والمنشورات. (٣) تقييم العلاقات العامة في الكلية بناءً الدين أعلى من الإسلام، بدءاً من إعداد تقييم ثم يغطي تقييم الجانب من الزمن، مع مراحل تقييم الشفوية والكتابية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) merupakan lembaga penyedia jasa layanan masyarakat di bidang pendidikan. Jasa layanan itu sering dinyatakan dalam bentuk janji kepada masyarakat untuk diterima dan didukung. Kelangsungan hidup perguruan tinggi tidak bisa lepas dari masyarakat pendukung maupun masyarakat yang berkepentingan (*stakeholder*). Masyarakat merupakan salah satu unsur yang memberi masukan sumber daya dan dana yang diperlukan bagi penyelenggaranya, dan masyarakat pula sebagai salah satu unsur atau komponen yang nantinya akan menerima atau memanfaatkan hasil pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi.¹ Maka dari itu perguruan tinggi merupakan salah satu bagian penting dalam dunia kehidupan, khususnya masyarakat.

Dalam berbagai hal Perguruan Tinggi Agama Islam ikut serta bertanggungjawab dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan memiliki peran yang sangat strategis untuk mengambil bagian dalam mengatasi permasalahan kualitas sumber daya manusia. Sebagaimana kebijakan pemerintah yang memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada semua komponen masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan pendidikan di Indonesia. Pemerintah mendorong partisipasi masyarakat untuk

¹ Hanif Saha Ghafur, *Manajemen Penjaminan Perguruan Tinggi Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 5

memberdayakan peran serta masyarakat dan menyelenggarakan pendidikan berdasarkan prinsip otonomi dalam konteks negara kesatuan Republik Indonesia, salah satunya pendidikan tinggi. Selain itu perubahan paradigma pengelolaan pendidikan tinggi telah bergeser dari pendekatan sentralistik ke arah pendekatan desentralisasi serta terikat pada satu tujuan sebagaimana dirumuskan dalam Visi 2010 Pendidikan Tinggi Indonesia, yaitu pada tahun 2010 telah dapat diwujudkan sistem pendidikan tinggi termasuk perguruan tinggi yang sehat sehingga mampu memberikan kontribusi pada daya saing bangsa dengan ciri berkualitas, memberi akses dan berkeadilan serta otonomi.²

Sebagai sebuah system, pendidikan tinggi termasuk perguruan tinggi yang sehat dewasa ini mengalami persaingan yang semakin meningkat. Perguruan tinggi yang unggul dan kompetitif akan memperoleh calon mahasiswa dari lulusan yang terbaik dari lulusan SLTA diberbagai wilayah. Dari input yang bermutu inilah juga akan menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi dan memuaskan seluruh stakeholders, bahkan menjadi basis daya saing bangsa. Untuk menjadi perguruan tinggi agama islam yang unggul dan kompetitif, maka ada banyak hal yang harus dipersiapkan oleh perguruan tinggi tersebut antara lain mengacu pada 7 standar perguruan tinggi agama islam yaitu; (Standar 1, visi, misi, tujuan dan sasaran, serta strategi pencapaian; Standar 2, tata pamong, kepemimpinan, sistem pengelolaan, dan penjaminan mutu; Standar 3, mahasiswa dan lulusan; Standar 4, sumber daya manusia; Standar 5, kurikulum, pembelajaran, dan suasana akademik; Standar 6, pembiayaan,

² Jamaluddin Sawaji, *Djabir Hamzah, dan Idrus Taba An Analysis of Student's Decision Making to Choose Private Universities in South Sulawesi*, Karya Tulis Ilmiah (Makasar: 2011), hal. 3

sarana dan prasarana, serta sistem informasi; Standar 7, penelitian, pelayanan/pengabdian kepada masyarakat, dan kerjasama).³ Ketujuh standar ini hanya akan berfungsi bila dikombinasikan dengan kinerja SDM yang berkualitas dan maksimal serta mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya untuk menumbuh kembangkan lulusan terbaik secara menyeluruh.

Dalam hal ini antara perguruan tinggi dengan masyarakat tentu terdapat hubungan yang biasa disebut dengan pertukaran saling memberi (*take and give*) dan sebaliknya. Karena itu, wajarlah apabila perguruan tinggi dituntut tanggung jawabnya atas layanan yang dijanjikan kepada masyarakat. Tanggung jawab itu di nyatakan sebagai akuntabilitas perguruan tinggi atas peran dan fungsi yang dijalankan atas kinerja penyelenggaraannya dan juga atas pelayanan yang diberikan tentang bagaimana mendayagunakan sumberdaya dan dana yang ada, dan seberapa tinggi kinerja yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah menjadi komitmennya. Tuntutan akuntabilitas dan tanggung jawab mengharuskan perguruan tinggi memberi penjaminan mutu (*quality assurance*) kepada masyarakat.⁴

Peningkatan kualitas lembaga Pendidikan Tinggi Islam sesuai dengan visi dan misi strategi peningkatan mutu hanya akan tercapai apabila lembaga pendidikan tinggi dipandang sebagai perusahaan public yang menjadi milik pemerintah dan masyarakat. Upaya menjadikan lembaga pendidikan tinggi Islam sebagai sebuah perusahaan public, lembaga pendidikan tinggi islam harus memiliki kualitas pengelolaan manajemen yang efektif, efisien dan

³ UIN Maliki Malang, evaluasi diri 2013, hal. xix

⁴ *Ibid.*, Hanif Saha Ghafur, hal. 5

professional. Lembaga Pendidikan Tinggi Islam diarahkan untuk menghasilkan cendekiawan muda islam yang memiliki pandangan ajaran islam yang luas, holistic, bersikap rasional, professional, berbudi pekerti luhur dan mengaplikasikannya sesuai dengan perkembangan zaman serta mampu mengembangkan dan mengamalkan ilmu dan keahliannya dengan menjadikan ajaran islam sebagai pedoman perilaku kesehariannya, baik sebagai anggota masyarakat maupun sebagai ilmuan di tengah-tengah kehidupan masyarakat⁵

Berbagai hal yang berkaitan dengan kualitas pendidikan tinggi tentu sisi lainnya adalah bagaimana mengoperasionalkannya melalui system manajerial atau pengelolaan yang baik sebagaimana Har Tilaar menyebutkan dalam bukunya *Kaleidoskop Pendidikan Nasional* bahwa di dalam pengelolaan manajemen pendidikan tinggi secara operasional dapat dirumuskan tentang bagaimana cara mengelola lembaga atau organisasi pendidikan tinggi secara tepat waktu dan efisien dalam mencapai tujuannya. Dari rumusan operasional tersebut dapat kita lihat lima komponen penting dalam pendidikan tinggi yaitu (1) Tujuan (*The Mission Of The University*), (2) Organisasi, (3) Sumberdaya manusia, (4) Pendanaan, (5) Kerangka waktu (*Time/Speed*).⁶

Mengingat kualitas dan keunggulan PTAIN menjadi bagian yang sangat penting bagi masyarakat terutama para calon mahasiswa sebagai penentu arah dalam melanjutkan jenjang pendidikan, dalam hal ini tantangan demi tantangan terus bergulir yang ditandai dengan banyaknya calon mahasiswa baru yang lebih memilih PTN/PTS (Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta)

⁵ Fathul Jannah, *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*. (Yogyakarta: Safiria Isania Press, 2009) hal. 4

⁶ Har Tilaar, *Kaleidoskop Pendidikan Nasional*, (Jakarta: Kompas. 2012) hal.359














dari pada PTAIN dengan anggapan PTN/PTS lebih unggul dan berkualitas. Sehingga dapat dipastikan bahwa univeristas yang mampu menanamkan citra positifnya tentang kualitas dan berorientasi pada keunggulan sebagai pijakan kepada masyarakat yang akan memperoleh banyak perhatian, sehingga menjadi tujuan calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya.⁷ Sebagaimana data yang dirilis oleh Webometric,⁸ yang setiap tahunnya melakukan peninjauan terhadap peringkat Universitas diberbagai penjuru dunia, khususnya di Indonesia, adapun datanya sebagai berikut:

Tabel. 1.1 Peringkat Universitas di Indonesia Versi Webometric

Rank	World Rank	University	Det.	Presence Rank*	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank*
1	598	Universitas Gadjah Mada		270	278	771	1962
2	636	Institute of Technology Bandung		414	351	536	1962
3	696	University of Indonesia		2472	412	151	1798
4	1013	(3) Airlangga University		436	1293	104	2835
5	1036	Universitas Padjadjaran		1130	670	348	3133
6	1052	Brawijaya University		444	1088	167	3133
7	1088	Diponegoro University / Universitas Diponegoro		742	913	382	3064

⁷ Ike Devi Sulistyanyngtyas, *Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi*, Jurnal ilmu komunikasi , (Yogyakarta: 2007), hal. 131

⁸ Webometric, 2013, *Ranking Terbaru Universitas di Indonesia*, <http://www.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20>, diakses pada 13 Februari 2014

Rank	<u>World Rank</u>	<u>University</u>	<u>Det.</u>	<u>Presence Rank*</u>	<u>Impact Rank*</u>	<u>Openness Rank*</u>	<u>Excellence Rank*</u>
8	1156	Bogor Agricultural University		3647	1084	105	2530
9	1228	Institut Teknologi Sepuluh Nopember		486	1864	66	3219
10	1302	Gunadarma University		1401	566	345	4491
11	1459	Hasanuddin University		1088	841	1303	3714
12	1590	Petra Christian University		1084	1905	95	4128
13	1601	Universitas Islam Indonesia		592	1342	156	5155
14	1622	Universitas Pendidikan Indonesia / Indonesia University of Education		450	1568	405	4491
15	1629	Universitas Sebelas Maret		800	1102	866	4491
16	1763	Bina Nusantara BINUS University		1871	1561	52	5155
17	1802	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta		1684	747	1449	5155
18	1830	Universitas Mercu Buana		1352	1055	849	5155
19	1871	Universitas Negeri Semarang		1192	1589	328	5155
20	1938	Universitas Sriwijaya		1143	2073	136	5155

Rank	<u>World Rank</u>	<u>University</u>	<u>Det.</u>	<u>Presence Rank*</u>	<u>Impact Rank*</u>	<u>Openness Rank*</u>	<u>Excellence Rank*</u>
21	1947	Universitas Muhammadiyah Malang	▶	624	2306	168	5155
22	1980	Universitas Sumatera Utara	▶	844	2640	252	4491
23	2058	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	▶	1348	1302	1374	5155

Berdasarkan data di atas dapat dideskripsikan bahwa peringkat 10 besar diraih oleh Perguruan Tinggi berbasis umum yaitu pada posisi pertama diduduki oleh Universitas Gajah Mada, kemudian yang kedua oleh Institute Teknologi Bandung dan yang ketiga adalah Universitas Indonesia. Hal ini sejalan dengan tingginya minat calon mahasiswa yang ingin melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi umum, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa animo calon mahasiswa cenderung memilih pada perguruan tinggi umum dibandingkan Perguruan Tinggi Islam, hal ini di tunjukkan bahwa tidak ada perguruan tinggi agama islam yang masuk peringkat 10 besar. Adapun UIN Maliki Malang menduduki posisi ke 23 yang menjadi Perguruan Tinggi Agama Islam pertama setelah perguruan tinggi umum lainnya, dalam penelitian ini tentu kemajuan teknologi informasi juga ikut berperan dalam meningkatkan intensitas persaingan antara perguruan tinggi dalam menarik minat calon mahasiswa baru karena memberikan pelanggan akses seluas-luasnya mengenai informasi tentang berbagai macam produk pendidikan yang ditawarkan.

Perguruan tinggi yang mencitrakan dirinya unggul haruslah mampu mendedikasikan dirinya sebagai lembaga pendidikan yang memiliki konsep perbaikan secara terus menerus dan juga menjaga Keunggulan lembaga pendidikan melalui system penjaminan mutunya yang secara konsisten menjamin mutu pendidikan diperguruan tinggi tersebut. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Tampubolon bahwa kata bermutu dapat berarti mempunyai sifat terbaik dan tak ada lagi yang melebihinya.⁹ Diperkuat oleh Tom Peters dan Nancy Austin dalam Edward salis dengan judul *Total Quality Management*, menegaskan bahwa Mutu adalah sebuah hal yang berhubungan dengan gairah dan harga diri.¹⁰

Perjuangan membentuk kualitas sebuah lembaga pendidikan tinggi dimulai sejak lembaga-lembaga pendidikan tinggi Indonesia didirikan. Mutu dan peningkatan mutu sudah menjadi perhatian dan dilaksanakan di fakultas, jurusan/bagian dan program studi. Demikian pula penjaminan mutu sudah merupakan perhatian dan tujuan pada pelaksana proyek Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (DIKTI) seperti misalnya: *QUE Project, Teaching, improvement workshop (TIWI), applied approach* dan Pekerti (Peningkatan Keterampilan Dasar Teknik Intruksional).¹¹ Gagasan mengenai penjaminan mutu (*Quality Assurance*) pada perguruan tinggi di maknai sebagai proses penjaminan mutu akademik di suatu perguruan tinggi merupakan kegiatan mandiri dari perguruan tinggi yang bersangkutan, sehingga proses penjaminan mutu tersebut dirancang, dijalankan, dan dikendalikan sendiri oleh perguruan tinggi yang bersangkutan tanpa campur tangan dari pemerintah.¹²

⁹ Daulat Purnama Tampubolon, *Perguruan Tinggi Bermutu*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hal. 110

¹⁰ Edward Salis, *Total Quality Management*, (Jogjakarta: IRCiSoD, 2010), hal. 29

¹¹ UGM, *System Penjaminan Mutu*, (Jogjakarta: MEMBER OF AUN-QA) hal. 3

¹² Pedoman Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*) Pendidikan Tinggi, DEPDIKNAS DIKTI, 2003, hal.1

Dalam hal ini Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Depdiknas Mengenai posisi dan arti penting penjaminan mutu pendidikan tinggi di suatu perguruan tinggi, dapat dikemukakan bahwa dimasa mendatang eksistensi suatu perguruan tinggi tidak semata-mata tergantung pada pemerintah, melainkan tergantung pada *stakeholders* (mahasiswa, orang tua, dunia kerja, pemerintah, dosen, tenaga penunjang, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan) tentang mutu pendidikan tinggi yang diselenggarakannya.¹³

Agar eksistensinya terjamin, maka perguruan tinggi mau tidak mau harus menjalankan penjaminan mutu pendidikan tinggi yang diselenggarakannya. Perlu dikemukakan bahwa karena penilaian *stakeholders* senantiasa berkembang, maka penjaminan mutu juga harus selalu disesuaikan pada perkembangan itu secara berkelanjutan (*continuous improvement*).¹⁴

Dalam memperjuangkan kualitas sebuah perguruan tinggi dalam perjalanannya agar mencapai sebuah keunggulan haruslah diwarnai dengan perjuangan untuk hidup dan berkembang, dalam hal ini terdapat enam dalil untuk mengungkap keunggulan suatu perguruan tinggi yang disebutkan dalam sebuah literature yaitu, menurut teori evolusi Darwin, yang harus diterapkan dalam strategi manajemen perguruan tinggi hingga dapat dikatakan mampu bersaing serta berkembang di masanya, yaitu: (1) pertumbuhan, (2) reproduksi, (3) warisan, (4) keragaman, (5) perjuangan, (6) seleksi alam yang terkuat yang dapat bertahan.¹⁵

Hal tersebut diatas senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyono, bahwa lembaga pendidikan dipandang sebagai alternative untuk meningkatkan kualitas pendidikan sekaligus kualitas SDM, yaitu kualitas kelembagaan pendidikan

¹³ Pedoman Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*)....., hal. 1

¹⁴ Pedoman Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*)....., hal. 1

¹⁵ Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. (Jogjakarta: Arruz media. 2008)Hal. 91

dan kualitas lulusan. Lembaga pendidikan yang unggul diharapkan melahirkan manusia-manusia yang unggul yang berguna untuk membangun negara, bangsa, agama dan masyarakat dengan potensi intelektual tinggi, skill dan kemampuan teknologi yang kokoh serta didukung oleh integritas moral yang kuat. Tak dapat dipungkiri setiap orang menginginkan anaknya menjadi manusia unggul, hal ini terlihat dari animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke lembaga pendidikan unggulan.¹⁶

Sedangkan menurut Deming dalam Edward Salis menyatakan bahwa organisasi yang mengukur kesuksesan melalui indikator prestasi kelebagaanya (kualitas, mutu dan keunggulan) mungkin telah lupa bahwa ukuran kesuksesan yang sebenarnya adalah kegembiraan dan kepuasan pelanggan yang di gambarkan pada point sebagai berikut; 1) ciptakan sebuah usaha peningkatan produk dan jasa; 2) adopsi falsafah baru; 3) hindari ketergantungan pada inspeksi massa untuk mencapai mutu; 4) akhiri praktek menghargai bisnis dengan harga; 5) tingkatkan secara konstansistem produksi jasa untuk meningkatkan mutu dan produktivitas dan selanjutnya turunkan biaya secara konstan; 6) lembagakan pelatihan kerja; 7) lembagakan kepemimpinan; 8) hilangkan rasa takut; 9) uraikan kendala-kendala antar departemen; 10) hapuskan slogan, desakan, dan target, serta tingkatkan, produktifitas tanpa menambah beban kerja; 11) hapuskan standar kerja yang menghapuskan quota numeric; 12) hilangkan kendala yang merampas kariawan atas keahliannya; 13) lembagakan aneka program pendidikan; 14) tempatkan setiap orang dalam tim kerja agar dapat melakukan transformasi.¹⁷

¹⁶ Mulyono, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar (Mewujudkan Keunggulan Madrasah)*, Vol 2, No. 1 Juli-Desember 2009, hal. 58

¹⁷ Edward Salis, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan* (Jogjakarta: IRCiSoD, 2010) hal. 100

Setelah PTAI menyiapkan segala yang dibutuhkan dalam memenangkan kualitas yang digadang-gadang sebagai lembaga pendidikan tinggi yang unggul dan memiliki daya saing yang berkekuatan pada kualitas PTAI tersebut. Dalam hal ini humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang ada yaitu pada era informasi ini, suatu organisasi sudah tidak mungkin lagi menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan jika suatu organisasi melalui humasnya mengkomunikasikan pesan-pesan melalui berbagai media. Hal ini dilakukan demi menjaga reputasi atau citra lembaga yang diwakilinya.¹⁸ Jadi, secara garis besar humas dapat dijadikan jembatan sebagai penghubung dalam membangun *image* suatu lembaga.

Dipertegas oleh Zulkarnain Nasution, mengenai peran humas di lembaga pendidikan memiliki posisi yang strategis untuk membangun suatu opini publik atau melakukan kerjasama dengan berbagai publik. Dengan adanya opini publik yang positif dan kerjasama, maka diharapkan adanya suatu pengertian, kesepahaman dan kesediaan masyarakat untuk menerima maksud dan tujuan rencana suatu kebijakan.¹⁹

Dalam konsep Islam kerjasama antar individu maupun lembaga yang dapat membentuk ukhuwah Islamiyah (QS.49:10, 8:1) dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) Ta'aruf (saling mengenal) تعارف; (2) Tafahum (saling memahami) تفاهم; (QS. 8:60), (3) Tarahum (saling mengasihi) تراحم; (QS. 1:1-3, 2:112). (4) Tasyawur (saling bermusyawarah) تشاور; (QS. 3: 159). (5) Ta'awun (saling kerjasama) تعاون; (QS.5:2), (6) Takaful (saling menanggung) تكافل;²⁰

Disinilah letak dari pada peran humas dalam mensosialisasikan sebuah lembaga pendidikan kepada masyarakat dalam rangka membangun kepercayaan masyarakat,

¹⁸ Anggoro, M.Linggar, *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal. 59.

¹⁹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), hal. 18.

²⁰ Mulyono, *Manajemen Administrasi Pendidikan....*, Hal. 207

posisi urgen humas eksternal dalam mengemban tugasnya yang tidak ringan salah satunya adalah membangun serta mempertahankan stigma sebuah lembaga pendidikan yang sangat bergantung kepada kontribusi humas baik internal maupun eksternal lembaga yang bersangkutan.

Landasan humas yang efektif adalah kebijaksanaan dan kegiatan yang terpercaya demi kepentingan publik. Namun, kebijaksanaan dan tindakan yang baik itu sendiri tidak cukup untuk memperoleh *good will*. Melalui informasi kepada publik mengenai kebijaksanaan dan kegiatan organisasi, manajemen dapat berharap memperoleh pengertian dan *good will*. Dengan adanya pemahaman mengenai kebutuhan, nilai dan aspirasi publik, manajemen dapat merumuskan suatu kebijaksanaan yang terpercaya. Bagi humas yang baik, komunikasi yang efektif dengan para karyawan, pelanggan, pemegang saham, masyarakat sekitar dan publik lainnya merupakan hal yang esensial. Hubungan dengan masyarakat hanya dibina dengan berkomunikasi dengan mereka. Jika komunikasi kurang, maka akan terjadi kesalah pahaman dan pertentangan.²¹

Bercermin dari permasalahan yang ada bahwa lembaga pendidikan mengalami persaingan yang sangat hebat dalam memperoleh mahasiswa. Berbagai upaya dilakukan untuk memperoleh mahasiswa sebanyak-banyaknya, dan tentunya upaya itu diantaranya adalah dengan membangun citra positif lembaga dan membentuk opini public, citra dan opini publik diperoleh melalui komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Sebab ketatnya persaingan untuk memperoleh mahasiswa itu maka perlulah adanya lembaga pendidikan yang berkualitas agar PTAI ini mendapat tempat di hati masyarakat. Namun keunggulan yang bernaung pada kualitas tersebut tidak dapat secara otomatis terwujud bersamaan dengan terciptanya kualitas dan pengelolaan yang

²¹H. Frazier Moore, Ph.d, *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2004), hal. 85.

baik. Namun harus diupayakan dan di kelola pada aspek-aspek komunikasi dan opini publiknya.

Dengan demikian humas harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, termasuk mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan bahkan juga mengevaluasinya. Sebagaimana disebutkan oleh Cutlip, Center and Broom dalam "*Effective Public Relations*", bahwa PR merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi keinginan publik, merencanakan maupun melaksanakan program-program untuk meraih pengertian dan pemahaman dari publiknya.²²

Dari berbagai paparan diatas sejenak kita melihat perkembangan dunia pendidikan yang pada dasarnya semakin maju. Hal itu ditandai dengan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan yang semakin membaik. Kesuksesan dan keberhasilan tersebut tidak lepas dari peran semua komponen-komponen pendidikan yang mampu menjalankan fungsi dan tugasnya masing-masing dengan baik. Sebuah sistem yang baik maka akan menghasilkan proses yang baik dan hasil yang dicapai pun akan baik pula. Program dalam lembaga pendidikan pada dasarnya tidak dapat berjalan lancar apabila tidak mendapat dukungan masyarakat. Oleh karena itu pemimpin lembaga perlu terus menerus membina hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat. Lembaga pendidikan perlu banyak memberi informasi kepada masyarakat tentang program-program dan problem-problem yang dihadapi, agar masyarakat mengetahui dan memahami masalah-masalah yang dihadapi lembaga

²² Cutlip, Center and Broom dalam "*Effective Public Relations*" 2001, hal. 5

pendidikan. Harapannya yaitu tumbuhnya rasa simpati dan partisipasi masyarakat pada lembaga pendidikan tersebut.

Adapun dalam kajian ini peneliti melihat bahwa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang atau sekarang dikenal dengan UIN Maliki Malang adalah lembaga pendidikan tinggi milik negara yang secara administratif berada dalam tanggung jawab Kementerian Agama R.I. dan Kementerian Pendidikan Nasional (Kemendiknas) dan sebagai lembaga pendidikan tinggi yang dinaungi oleh kedua departemen tersebut, maka Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang mengemban dua misi sekaligus, yakni misi keilmuan dan keagamaan (dakwah).

Ciri khusus lain Universitas ini sebagai implikasi dari model pengembangan keilmuannya adalah keharusan seluruh bagi anggota sivitas akademika menguasai bahasa Arab dan bahasa Inggris. Melalui bahasa Arab, diharapkan mereka mampu melakukan kajian Islam melalui sumber aslinya yaitu al-Qur'an dan Hadis dan melalui bahasa Inggris mereka diharapkan mampu mengkaji ilmu-ilmu umum dan modern, selain sebagai piranti komunikasi global. Karena itu pula, Universitas ini disebut bilingual university. Untuk mencapai maksud tersebut, dikembangkan ma'had atau pesantren kampus di mana seluruh mahasiswa tahun pertama harus tinggal di ma'had. Karena itu, pendidikan di Universitas ini merupakan sintesis antara tradisi universitas dan ma'had atau pesantren.

Melalui model pendidikan semacam itu, diharapkan akan lahir lulusan yang berpredikat ulama yang intelek profesional dan atau intelek profesional

yang ulama. Ciri utama sosok lulusan demikian adalah tidak saja menguasai disiplin ilmu masing-masing sesuai pilihannya, tetapi juga menguasai Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran Islam.²³

Berdasarkan paparan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul Serta penulis menganggap bahwa inilah yang dirasa sangat penting untuk diteliti lebih lanjut mulai dari profil UIN Maliki Malang, *track record* dalam menjalankan strategi manajemen humas dalam pelaksanaannya dalam membangun hubungan internal maupun eksternal, melihat serta menilai dampak dari komunikasi yang telah dibentuk dalam mempertahankan keunggulan kampus untuk menarik minat, simpati serta partisipasi masyarakat pada PTAIN ini khususnya UIN Maliki Malang, mampu menilai serta mengoreksi seluruh program dan kegiatan yang diadakan oleh kampus.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang?

²³ Dokumentasi., UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

2. Bagaimana strategi pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang?
3. Bagaimana evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang?

C. Tujuan penelitian

Berpijak dari fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan perencanaan manajemen humas dalam membangun Perguruan Tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang
2. Mendeskripsikan strategi pelaksanaan manajemen humas dalam membangun Perguruan Tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang
3. Mendeskripsikan evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang

D. Manfaat penelitian

1. Secara teoritis

Berdasarkan tujuan yang telah dipaparkan diatas, peneliti berharap mencapai tujuan penelitian. Dengan tercapainya tujuan maka kegunaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Memberikan pengertian serta gambaran yang menunjukkan strategi manajemen humas dalam membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul dapat diterapkan dalam tataran praktis
- b. Membangun serta melibatkan peran bagian humas dalam mendukung strategi yang dijalankan guna membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul serta mengurangi kesenjangan antara konsep dan praktis.
- c. Sebagai bahan penelitian dalam membangun strategi manajemen humas guna membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang unggul.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis, sebagai persyaratan menempuh gelar Magister (S2) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang 2014.
- b. Memberikan gambaran mengenai berbagai strategi yang dilakukan oleh praktisi pendidikan khususnya bagian humas dalam membangun serta mengimplementasikan strategi manajemen humas yang berkaitan dengan membangun perguruan tinggi yang unggul
- c. Dapat menambah khazanah pengetahuan dan memperluas wawasan berdasarkan pengalaman dari apa yang ditemukan dilapangan
- d. Dapat memberikan konsep serta analisa tentang strategi manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul

E. Originalitas Penelitian

Orisinalitas Penelitian di perlukan untuk menghindari adanya pengulangan kajian terhadap hal-hal sama. Dengan demikian akan diketahui sisi-sisi apa saja yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian penelitian terdahulu.

1. Pada tesis karya Nur Jihad, 2010, yang berjudul *Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pendidikan Islam (Studi Multisitius di SMPN I dan MTsN Taliwang Sumbawa Barat)*. Yang hasil penelitiannya menyebutkan beberapa temuan yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain
 - a. Musyawarah adalah metode paling efektif menjangring partisipasi,
 - b. Masyarakat cenderung memposisikan dirinya sebagai obyek pembangunan pendidikan belum menjadi subyek yang ikut menentukan arah kebijakan pengembangan program pendidikan Islam.
 - c. Ada penurunan semangat berpartisipasi masyarakat yang disebabkan oleh dua faktor yakni faktor manajemen sekolah yang belum optimal dan faktor kebijakan pemerintah daerah.²⁴

Adapun focus dalam penelitian ini terletak pada partisipasi masyarakat dalam program pendidikan Islam sudah ada sejak sekolah ini berdiri hingga sekarang, namun pihak sekolah belum mengelolanya secara manajerial dan professional.

²⁴ Nur Jihad, *Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pendidikan Islam (Studi Multisitius di SMPN I dan MTsN Taliwang Sumbawa Barat)*. Tesis (Malang: PPs UIN Maliki, 2010)

2. Penelitian Choirul Affandi, (Tesis, 2007) *Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah dalam Membangun Hubungan dengan Masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing*. Diperoleh temuan yaitu; 1) menciptakan suasana yang kondusif dalam lingkungan pendidikan dengan cara membina komunikasi yang baik, santun dan pemberian contoh yang baik bagi seluruh warga sekolah; 2) Fungsi humas di SMP Negeri 2 Sumbermanjing adalah mengatur dan memberdayakan hubungan antara sekolah, masyarakat, komite sekolah, sekolah lain serta instansi pemerintah sebagai mitra untuk mengembangkan pendidikan di sekolah; 3) Upaya SMP Negeri 2 Sumbermanjing dalam membangun hubungan adalah dengan menggunakan beberapa teknik dan media antara lain pemasangan spanduk, bhakti sosial, pertemuan wali murid dengan guru dan pengurus sekolah, pemberian surat panggilan kepada wali murid pada siswa yang bermasalah, mengadakan peringatan hari-hari besar nasional dan hari-hari besar Islam, mengadakan peringatan ulang tahun SMP Negeri 2 Sumbermanjing, Program peningkatan kualitas bidang kehumasan. Hasil pelaksanaan manajemen humas meliputi peningkatan secara kuantitatif dan kualitatif berupa pembangunan di bidang fisik dan peningkatan prestasi akademik dan non akademik.

Adapun fokus dalam penelitian ini terletak pada humas pada lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat, dengan menggunakan teknik serta media antara lain

pemasangan spanduk, bhakti sosial, pertemuan wali murid dengan guru dan pengurus sekolah.

3. Penelitian Mulyono, (Jurnal, 2011) *Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*, Diperoleh temuan bahwa belajar dari sejarah pertumbuhan dan perkembangan Lembaga Pendidikan Islam (LPI) khususnya di Indonesia maka hubungan LPI dengan komunitas masyarakat muslim ibarat dua sisi mata uang yang saling beriringan satu sama lain. LPI tumbuh dan berkembang atas prakarsa dan swadaya masyarakat, sebaliknya kemajuan yang dicapai oleh LPI juga mempengaruhi perkembangan masyarakat muslim. Hal ini menyadarkan kita betapa urgensinya manajemen humas pada pengembangan LPI.

Berangkat dari kebiasaan pengelola LPI, dalam melakukan kegiatan humas sering kali tidak dilandasi dengan nilai filosofis, misi, visi, dan tujuan yang jelas sehingga program humas tidak berjalan secara efektif dan efisien. Untuk itu, perlu adanya rumusan perbaikan dan penyelenggaraan program humas yang baru dalam rangka mendukung visi, misi, dan tujuan LPI secara lebih operasional. Untuk itu kajian tentang teknik manajemen humas ini merupakan bagian penting dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas kepada para pengelola humas di lingkungan LPI untuk dapat mengoperasionalkan teknik-teknik humas

secara efektif dan efisien dalam rangka mewujudkan perkembangan LPI dalam arti luas.²⁵

Adapun fokus dalam penelitian ini terletak pada penyelenggaraan program humas yang baru dalam rangka mendukung visi, misi, dan tujuan LPI secara lebih operasional serta kajian tentang teknik manajemen humas ini merupakan bagian penting dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas kepada para pengelola humas di lingkungan LPI.

Adapun posisi dalam penelitian yang penulis lakukan dengan judul *Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul (Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)*, berfokus pada bagaimana strategi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, adapun dari strategi manajemen humas yang dimiliki oleh perguruan tinggi, yang nantinya berdampak kepada keunggulan/mutu yang dimiliki tersebut, dalam penelitian ini diharapkan menemukan bagaimana strategi yang digunakan oleh UIN Maliki serta dampak yang dirasakan oleh para partisi pendidikan ditempat tersebut sebagai pedoman peningkatan keunggulan/mutu. Untuk membedakan lebih jelasnya antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya dapat digambarkan sebagai berikut:

²⁵ Mulyono, *Jurnal Studi Keislaman (Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan)* Vol. XV. Nomor.1.juni 2011

Tabel 1.2 Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti dan tahun terbit	Tema dan tempat penelitian	Variable penelitian	Pendekatan & lingkup penelitian	Temuan penelitian
1.	Nur Jihad, 2010.	Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pendidikan Islam (Studi Multisitus di SMPN I dan MTsN Taliwang Sumbawa Barat	Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pendidikan Islam	Kualitatif	<p>a. Musyawarah adalah metode paling efektif menjangar partisipasi,</p> <p>b. Masyarakat cenderung memposisikan dirinya sebagai obyek pembangunan pendidikan belum menjadi subyek yang ikut menentukan arah kebijakan pengembangan program pendidikan Islam.</p> <p>c. Ada penurunan semangat berpartisipasi masyarakat yang disebabkan oleh dua faktor yakni faktor manajemen sekolah yang belum optimal dan faktor kebijakan pemerintah daerah.</p> <p>Dapat disimpulkan bahwa partisipasi masyarakat dalam program pendidikan Islam sudah ada sejak sekolah ini berdiri hingga sekarang,</p>

2.	Choirul Affandi, 2007	Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah dalam Membangun Hubungan dengan Masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing	Humas Sekolah dalam Membangun Hubungan dengan Masyarakat	Kualitatif	<p>a. menciptakan suasana yang kondusif dalam lingkungan pendidikan dengan cara membina komunikasi yang baik, santun dan pemberian contoh yang baik bagi seluruh warga sekolah</p> <p>b. Fungsi humas di SMP Negeri 2 Sumbermanjing adalah mengatur dan memberdayakan hubungan antara sekolah, masyarakat, komite sekolah, sekolah lain serta instansi pemerintah sebagai mitra untuk mengembangkan pendidikan di sekolah</p> <p>c. Upaya SMP Negeri 2 Sumbermanjing dalam membangun hubungan adalah dengan menggunakan beberapa teknik dan media</p>
3.	Mulyono, 2011	Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam	Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam	Kualitatif	<p>Adanya rumusan perbaikan dan penyelenggaraan program humas yang baru dalam rangka mendukung visi, misi, dan tujuan LPI secara lebih operasional. Untuk itu kajian tentang teknik manajemen humas ini merupakan bagian penting dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas kepada para pengelola humas di lingkungan LPI untuk dapat mengoperasionalkan teknik-teknik humas secara efektif dan efisien dalam rangka mewujudkan perkembangan LPI dalam arti luas.</p>

F. Definisi Istilah

Tesis ini berjudul "Manajemen Strategi Humas dalam Membangun PTAI yang Unggul (studi kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)" Judul tersebut mengandung pengertian yang perlu penjelasan, penegasan, serta ruang lingkup agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul dan keinginan penulis.

1. Strategi

Strategi adalah sebuah rencana yang komprehensif mengintegrasikan *resources* dan *capabilities* yang mempunyai tujuan jangka panjang untuk memenangkan kompetisi.²⁶ Pendapat lain menyebutkan strategi dengan sebuah rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dapat dijadikan pegangan dalam bekerja, berjuang, dan berbuat guna memenangkan kompetisi.²⁷

Dari definisi tersebut peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang dimaksud adalah, sesuatu yang direncanakan, melalui proses yang sistematis yang menerapkan asas-asas dan praktek ilmu serta perilaku yang di implementasikan dalam kegiatan organisasi untuk memperoleh efektivitas organisasi yang lebih besar.

2. Manajemen Humas

Humas *atau* hubungan masyarakat yang bahasa asingnya disebut *public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen dari suatu perguruan tinggi. Keberadaannya berfungsi untuk membina hubungan baik antara public internal dan eksternal

²⁶ M. F. Gaffar, *Membangun Kembali Pendidikan Nasional dengan Fokus Pembaharuan Manajemen Perguruan Tinggi Pada Era Globalisasi*. Surabaya: Makalah Konvensi Nasional Pendidikan Indonesia V 5-9 Oktober 2004, hal. 14

²⁷ Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Pembuka Ruang Kreativitas, Inovasi dan Pemberdayaan Potensi Sekolah dalam Sistem Otonomi Sekolah*, (Bandung: ALFABETA, 2009), hal. 137

organisasinya, bisa mewakili organisasinya ke masyarakat. Selain itu, humas berfungsi mengatur arus masuk dan keluarnya informasi organisasi.²⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud manajemen humas disini adalah tentang bagaimana sebuah lembaga pendidikan mengatur atau *me-manage* hubungan baik antara public internal dan eksternal organisasinya, agar bisa mewakili organisasinya ke masyarakat.

3. Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul

Perguruan Tinggi Agama Islam adalah perguruan tinggi di Indonesia yang pengelolaannya berada di bawah Kementerian Agama. Secara teknis akademik, pembinaan perguruan tinggi Islam negeri dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, sedangkan secara fungsional dilakukan oleh Kementerian Agama.²⁹

Kata “Unggul” menyiratkan superioritas dibanding dengan lain. Kata ini menunjukkan kata “kesombongan intelektual” yang sengaja ditanamkan di lingkungan lembaga pendidikan yang sengaja ditanamkan di lingkungan lembaga pendidikan. Jadi dengan kata lain lembaga pendidikan yang unggul adalah lembaga pendidikan yang mampu menunjukkan kualitas pendidikannya sebagai bentuk dedikasi kepada akademisi dan masyarakat sebagai buah dari kualitas pendidikan dan terlaksananya system pendidikan yang sesuai dengan porosnya.³⁰

Jadi secara keseluruhan yang dimaksud penulis dalam judul tesis ini adalah sebuah penelitian mengenai serangkaian usaha yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan humas

²⁸ Amin Haris, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*, (Malang: UMM Press. 2012) hal. 37

²⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Perguruan_tinggi diakses pada 20 januari 2014

³⁰ Mulyono, *Mewujudkan Keunggulan Madrasah*,.... hal.59

dalam menampilkan berbagai kegiatan tentang khazanah keilmuannya kepada masyarakat.

Adapun strategi manajemen humas yang di jalankan oleh perguruan tinggi dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul ini, merupakan factor dalam meningkatkan keunggulan salah satunya adalah mengenai daya saing, kualitas pendidikan, pelayanan yang merupakan elemen kunci dengan menjadikan perguruan tinggi sebagai sumber dari penciptaan kondisi keunggulan serta memiliki daya saing berkelanjutan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Humas

1. Manajemen humas

Manajemen secara etimologi berasal dari Bahasa Inggris yaitu dari kata kerja *to manage* yang artinya mengurus, mengatur, menggerakkan dan mengelola.³¹ Dengan demikian manajemen secara bahasa adalah pengurusan, pengaturan, penggerakan dan pengelolaan.

Secara terminology manajemen sering disandingkan dengan administrasi, sehingga muncul 3 pandangan yang berbeda: 1). Memandang administrasi lebih luas dari pada manajemen; 2). Mengartikan manajemen lebih luas dari pada administrasi; 3). Menganggap manajemen sama dengan administrasi.³² Dalam penulisan selanjutnya istilah manajemen sama dengan administrasi, karena keduanya mempunyai fungsi yang sama.

Menurut Terry sebagaimana dikutip Ngalim Purwanto *management is a distinct proses consisting of planning, organizing, actuating and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources.*³³

Manajemen adalah proses tertentu yang terdiri dari perencanaan, perorganisasian, pergerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukandan mencapai tujuan yang ditetapkan dengan menggunakan

³¹ John M. Echol dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta : PT Gramedia, 1996), cet. XXIII, hlm. 372

³² E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003), cet. III dan IV, hlm. 19

³³ Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1995), cet. VII, hlm. 7.

sumber daya personal maupun material. Dalam redaksi lain juga menyebutkan bahwa manajemen adalah satu segi yang perlu menjadi perhatian dalam upaya peningkatan mutu pendidikan tinggi, karena manajemen merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kualitas pendidikan, dan merupakan komponen integral dan tidak dapat dipisahkan dari proses pendidikan secara keseluruhan. Manajemen merupakan suatu rangkaian kegiatan kepengurusan, ketatalaksanaan penggunaan sumber daya untuk mencapai sasaran atau tujuan pokok yang telah ditentukan dengan menggunakan orang-orang. pelaksana dalam suatu hubungan kerjasama. Manajemen adalah pencapaian sesuatu melalui dan bersama-sama dengan orang-orang. Manajemen adalah suatu rangkaian tindakan dengan maksud untuk mencapai hubungan kerjasama yang rasional dalam suatu sistem administrasi.³⁴

Dari berbagai pengertian diatas dapat di mengerti bahwa pada dasarnya, manajemen dan humas merupakan dua bidang ilmu yang berkembang secara terpisah. Akan tetapi, dalam perkembangannya yaitu pada akhir abad ke-20, manajemen akhirnya berhasil meningkatkan peranannya pada setiap hampir bidang kehidupan, tidak terkecuali humas.³⁵ Secara definisi, manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian

³⁴ Fathul Jannah, *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*, (Yogyakarta: Safiria Insania Press. 2009)hal. 35

³⁵ Rhenald Kesali, *Manajemen Public Relations*, hal. 32.

tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya.³⁶ Sedangkan Elreath sebagaimana yang dikutip Ruslan mendeskripsikan manajemen humas dengan sedikit berbeda, yaitu,

“Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meetings to international satellite linked press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house announcement to crisis management.”

Artinya, manajemen humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga yang berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan *public* hingga menanggapi kasus manajemen krisis.³⁷

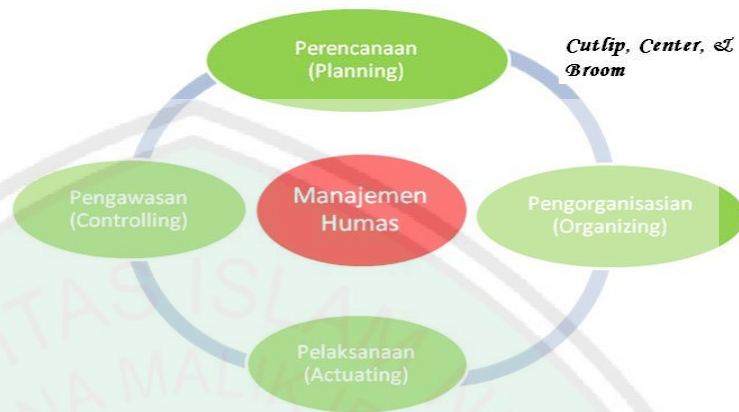
Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu fungsi humas adalah fungsi manajemen. Fungsi ini dapat maksimal manakala aktivitas public relations/humas dimulai dari penentuan masalah dan diakhiri dengan evaluasi.³⁸ Jadi jelas bahwa manajemen humas merupakan proses penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang di sponsori oleh organisasi dalam kegiatan humas. Menurut Frank Jeffkins, humas

³⁶Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*,...,hal. 11.

³⁷Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 31.

³⁸Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 107.

merupakan segala sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana, baik kedalam maupun keluar, untuk mencapai tujuan khusus, yaitu pengertian bersama.³⁹



Gambar: 2.1 Ruang lingkup Manajemen humas.⁴⁰

Sedangkan lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan organisasi yang berdiri terpisah dengan orientasinya masing-masing. Namun seiring dengan perkembangannya lembaga pendidikan membutuhkan masyarakat untuk jalinan partnership dalam wujud eksistensi lembaga pendidikan dan juga *networking* begitu juga sebaliknya.

Dengan demikian, maka yang dimaksud manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul adalah pengelolaan program humas untuk tujuan meningkatkan eksistensi, membangun citra lembaga yang unggul dan juga partnership untuk lebih dekat dengan masyarakat yang diawali dengan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu

³⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_humas, diakses pada 25 Januari 2014

⁴⁰ Cutlip, Center and Broom dalam *'Effective Public Relations'* 2001, hal. 55

kegiatan komunikasi. Adapun dalam prosesnya sebelum perencanaan dibuat terlebih dahulu melakukan research guna penemuan fakta yaitu sebagai berikut:

a. Penemuan fakta (*Fact Finding*)

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) pada stakeholder, lingkungan dan masyarakat menunjang atau justru menghambat organisasi, instansi atau perusahaan (*what's our problem?*). Di samping itu, dalam pelaksanaannya, tahap yang harus dilakukan oleh praktisi humas sebelum menyusun program kerjanya adalah memahami situasi atau masalah yang ada.⁴¹ Misalnya, para praktisi humas harus mengetahui secara pasti seperti apa citra organisasi atau lembaga pendidikan di mata masyarakat atau khalayak. Untuk mengetahui situasi lingkungan masyarakat, pelaku humas tidak berkerja sendirian. Salah satunya adalah melalui intelegen. Kegiatan intelegen mengumpulkan informasi dan menentukan masalah yang ada pada khalayak atau masyarakat sekitar khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam tahap penemuan fakta ini seorang petugas humas dituntut:

⁴¹Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal 107.

- 1) Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik maupun ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan lembaga atau perusahaan.
- 2) Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi.
- 3) Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan lembaga atau perusahaan.
- 4) Selalu siap menyajikan berbagai informasi secukupnya kepada setiap unit organisasi atau perusahaannya.
- 5) Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai.
- 6) Melengkapi simpanan data dan informasi antara lain dengan menyelenggarakan dokumentasi dan press clipping.⁴²

Dalam pelaksanaan *fact finding* hal ini dimulai dari pihak internal yang meliputi tinjauan ulang secara menyeluruh terhadap persepsi dan tindakan dari aktor-aktor kunci yang ada di perusahaan atau dalam hal ini lembaga pendidikan. Termasuk ke dalam penemuan fakta adalah proses kerja perusahaan-perusahaan yang relevan dengan masalah yang muncul di dalam organisasi.

Sehubungan dengan kegiatan penemuan fakta ini, khususnya yang menyangkut *opinion research*, Organisasi atau lembaga pendidikan biasanya melakukan risetnya sendiri, tidak terkecuali divisi humas. Namun ada juga yang meminta lembaga riset tertentu untuk melakukan penelitian sebuah organisasi. Penelitian dimulai dari merancang penelitian, mengumpulkan informasi, dan sebagainya.⁴³

Riset humas dapat dibagi menjadi dua bagian berdasarkan metodenya, yaitu riset formal dan riset informal. Riset formal adalah riset yang menggunakan metode ilmiah berdasarkan teori-teori yang

⁴² Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal 107.

⁴³ Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal 125.

sudah teruji. Sedangkan riset informal hanya berdasarkan pengamatan terbatas sehingga tidak terlalu ketat menggunakan metode keilmuan sebagaimana riset formal.⁴⁴

Dalam hal ini Cutlip dan Center.⁴⁵ menegaskan kembali bahwa ditemukannya empat tahap dalam penelitian divisi humas yaitu:

1. Penelitian tentang situasi yang sedang terjadi (*current situation*), khususnya mengenai apa yang sedang dipikirkan orang dan mengapa.
2. Penelitian tentang prinsip-prinsip dasar humas yang sedang dilaksanakan oleh organisasi atau perusahaan.
3. Penelitian tentang hasil, bagaimana orang memberikan reaksi terhadap protesting yang diadakan oleh organisasi atau perusahaan, misalnya terhadap reaksi pendapat atas suatu iklan ataupun artikel khusus yang ditulis oleh bagian humas.
4. Mengadakan evaluasi mengenai bagaimana orang memberikan reaksi dan responnya terhadap stimuli lainnya yang diberikan oleh organisasi ataupun perusahaan.

Setelah organisasi atau lembaga selesai menentukan masalah humas, maka selanjutnya adalah merencanakan program humas.

b. Perencanaan humas

Perencanaan merupakan penentuan kegiatan yang akan dilaksanakan pada masa depan. Aktivitas ini dilakukan untuk

⁴⁴Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal 125.

⁴⁵Morissan, *Manajemen Public Relations*,hal.140

menentukan tindakan agar mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan dalam bahasa arab disebut niat, yaitu formulasi tindakan di masa mendatang yang diarahkan kepada tujuan yang akan dicapai oleh organisasi.⁴⁶

Jika dilihat secara spesifik perencanaan adalah menentukan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan oleh organisasi sebagai satu kesatuan, apa yang akan dilakukan bagian personel yang berada di dalamnya dengan satu pandangan untuk mencapai objektif organisasi.⁴⁷ Mengutip William H. Newman Manulanh sebagaimana yang dikutip oleh Iriantara menyebut perencanaan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan.⁴⁸ Dengan demikian dapat dipahami bahwa perencanaan pada dasarnya berkaitan dengan tindakan yang akan dilakukan untuk mewujudkan tujuan atau objektif organisasi

Sedangkan Menurut P. Siagian dalam Marasudin, perencanaan adalah kemampuan untuk mengambil keputusan pada waktu sekarang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang.⁴⁹ Perencanaan bisa diumpamakan jembatan penghubung antara keadaan sekarang dengan keadaan yang diharapkan terjadi

⁴⁶ Nani Machendrawaty, *Agus Ahmad Safei, Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 137.

⁴⁷ Yosai Iriantara, *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2010), hal.100-101.

⁴⁸ Yosai Iriantara, *Community Relations...*, hal. 101.

⁴⁹ Marasudin Siregar, "*Pengelolaan Pengajaran; suatu Dinamika Profesi Keguruan*", dalam Chabib Thoha (eds), *PBM-PAI di Sekolah; Eksistensi Proses Belajar Mengajar Pendidikan Agama Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), cet. I, hal. 187.

pada masa yang akan datang. Sedangkan menurut Sagala perencanaan adalah proses pemanfaatan sumber daya secara terpadu yang diharapkan dapat menunjang kegiatan-kegiatan dan upaya-upaya yang akan dilaksanakan secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan.⁵⁰

Uraian di atas mengenai perencanaan terkait dengan 3 hal yang harus ditetapkan, yaitu: 1) tujuan; 2) kegiatan; 3) sumber daya. Sebagaimana yang diungkapkan Nanang Fattah bahwa dalam perencanaan selalu terdapat 3 kegiatan, yaitu: 1) perumusan tujuan yang ingin dicapai; 2) pemilihan program untuk mencapai tujuan; 3) identifikasi dan pengalokasian sumber yang selalu terbatas.⁵¹

Perencanaan yang baik harus melibatkan banyak orang yang berkepentingan. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Forrest Anderson “Satu-satunya karakteristik yang membedakan antara *public relations* jempolan (berkualitas tinggi) dengan *public relations* yang biasa-biasa adalah terletak kepada partisipasi banyak orang yang berkepentingan”.⁵²

Perencanaan merupakan bagian penting dalam pekerjaan manajemen humas. Program manajemen humas mencakup hal-hal seperti: menetapkan tujuan yang hendak dicapai,

⁵⁰ Syaiful Sagala, *Konsep dan Makna Pembelajaran; untuk Membantu Memecahkan Problematika Belajar dan Mengajar*, (Bandung: CV. Alfabet, 2004), hal. 141.

⁵¹ Nanang Fattah, *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan ...* hal. 49.

⁵² Forrest Anderson, (2002), *Research In Public Relations: Strategi and Accountability*. Journal Of The Gauge, Vol. 15/2. Dalam Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 69.

mempertimbangkan alternatif, menilai risiko dan manfaat dari masing-masing alternatif, memutuskan arah tindakan, menetapkan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen organisasi.

Sedangkan cakupan perencanaan humas meliputi; (1) Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program; (2) Melakukan identifikasi khalayak penentu; (3) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih; (4) Dan memutuskan strategi yang akan digunakan.⁵³

Bentuk konkret dari suatu rencana adalah program kerja. Artinya, setiap praktisi humas dituntut untuk dapat menyusun program kerjanya, baik program yang sifatnya jangka pendek maupun jangka panjang. Program kerja harus dipersiapkan secara cermat dan hati-hati agar dapat memberikan hasil yang nyata. Tanpa adanya program kerja yang terencana, praktisi humas akan bekerja berdasarkan naluri atau insting saja sehingga akan mudah kehilangan arah, gampang tergoda mengerjakan hal-hal baru, sementara pekerjaan yang lama belum diselesaikan. Hal seperti ini akan membuat praktisi humas sulit memastikan sejauh mana kemajuan dan hasil-hasil konkret yang telah dicapai.⁵⁴

⁵³ Scott M. Culp, et, al, *Effective Public Relations*, Terjemah. Tri Wibowo, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 373.

⁵⁴ Frank Jefkins, *Public Relations*, Terjemah. Haris Munandar, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1995), hal. 50.

Dalam merencanakan program humas, hal pertama yang harus dilakukan adalah menetapkan tujuan. Tujuan yang ingin dicapai bisa satu bisa lebih dari satu. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan yang layak dan menarik untuk dikejar tidak terbatas, akan tetapi jumlah tujuan yang hendak dicapaisepunuhnya tergantung pada ukuran kapasitas dan sumber daya yang dimiliki oleh suatu departemen humas, yaitu yang berkaitan dengan masalah keuangan.

Posisi perencanaan dalam humas sangat urgen tidak hanya untuk sekedar menjadi arah dalam pelaksanaannya, tetapi juga untuk dijadikan alat ukur keberlangsungan bidang humas. Hal ini juga menjadi bantahan terhadap pendapat bahwa program kerja humas tidak dapat diukur.

Menurut Jefkins sebagaimana yang dikutip oleh Morissan, ada empat alasan mengapa praktisi humas perlu merencanakan program kerjanya, yaitu: (1) untuk menetapkan target humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh; (2) untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan biaya yang dikeluarkan; (3) untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program yang harus dikerjakan dan waktu yang dikerjakan; (4) untuk menentukan daya dukung perusahaan.⁵⁵

⁵⁵Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal. 152.

Mengingat perencanaan merupakan tahap yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi/ perusahaan. Dalam tahap ini yang merupakan kelanjutan dari tahap *fact finding* atas dasar hasil penelitiannya, seorang petugas humas merencanakan bagaimana sebaiknya dengan memperhatikan faktor-faktor psikologis, sosiologis, keadaan sosial, ekonomi politik pesan dari komunikator dirumuskan agar dapat mencapai tujuannya.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tujuan dari adanya perencanaan program humas dan cakupannya sebagaimana yang disebutkan di atas adalah untuk mengukur sejauhmana program *public relations* berjalan atau tidak dan melihat apakah strategi yang dibuat berjalan efektif atau tidak. Disamping itu juga menjadi bantahan terhadap pandangan sebagian orang yang menyebutkan bahwa kinerja divisi *public relations* tidak dapat diukur.

c. Pelaksanaan dan komunikasi kegiatan humas

Tahapan komunikasi tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan sehingga menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi dalam upaya memberikan dukungan sepenuhnya. Bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan,

sebenarnya tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan kehumasan. Suatu program komunikasi menyangkut pilihan-pilihan terhadap saluran komunikasi yang akan digunakan dalam berkomunikasi dengan publik sasaran. Untuk itu, pilihan media atau saluran komunikasi tergantung pada publik sasaran. Pilihan media saluran dipengaruhi oleh antara lain faktor ketersediaan media, biaya, ketrampilan komunikasi, publik sasaran dan tujuan komunikasi. Selain pilihan media/ saluran komunikasi, dalam program komunikasi, perlu juga ditentukan jenis pesan dan tema yang harus ditonjolkan.

Selain itu menurut Ngurah,⁵⁶ 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.). Karena masalah kehumasan bisa disebabkan faktor komunikasi dan non komunikasi, maka 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

⁵⁶ I Gusti Ngurah Putra. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. (Yogyakarta: Penerbit UAJ)hal.30

penyediaan tong sampah ditempat umum dan pengangkutan sampah.

Dalam melakukan implemetasi program, menurut Wheelen dan Hunger ada tiga pertanyaan yang harus dijawab oleh praktisi *public relations*, yaitu:

- 1) Siapa orang yang akan melaksanakan perencanaan tersebut?
- 2) Apa yang harus dilakukan?
- 3) Bagaimana cara melakukan apa yang diperlukan?⁵⁷

Dari ketiga pertanyaan di atas dapat dipahami bahwa ada tiga komponen inti yang harus ada dalam implemtasi, yaitu sumber daya manusia yang akan melakukan rencana, penyusunan program yang akan dilakukan, dan strategi terhadap pelaksanaan program tersebut.

Selain itu, idealnya para praktisi kehumasan mengetahui kelebihan dan kelemahan penggunaan media yang akan digunakan dalam implementasi dalam menyampaikan pesan humas. Pengetahuan ini sangat penting untuk menjaga efektivitas pelaksanaan program kerja divisi humas.

Tabel 2.1

Penggunaan Media, Jenis, dan Sifatnya dalam humas.⁵⁸

No	Jenis Media	Sifat
1	Cetak	• Dapat dibaca, di mana, dan kapan saja

⁵⁷Yosal Iriantara, *Community Relations...*, hal.124.

⁵⁸J. B Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), dalam Morissan, *Op, Cit.*, hal.208

	B e	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat dibaca secara berulang-ulang • Pengolahan bisa mekanik, dan bisa listrik • Biaya relatif rendah • Daya jangkau terbatas.
2	r d Audio a s	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat didengar ketika siaran. • Dapat didengar kembali ketika diputar kembali • Daya rangsang rendah • Elektirs • Daya jangkau pasar.
3	a r Audiovisual k a	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat didengar dan dilihat ketika ada • Siaran • Dapat dilihat dan didengar kembali, bila diputar kembali • Daya rangsang sangat tinggi • Listrik • Sangat mahal • Daya jangkau besar.

Tabel di atas, dapat dipahami bahwa media dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, dan media cetak yang menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang.

Cara lain yang lebih personal untuk menyampaikan program humas adalah melalui pertemuan public atau juga melalui dermawisata yang kerap digunakan perusahaan kepada khalayak internal perusahaan.⁵⁹

Selain itu, cara terbaik dan maksimal yang dapat digunakan praktisi public relations adalah menggunakan media masa dan berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat dan juga

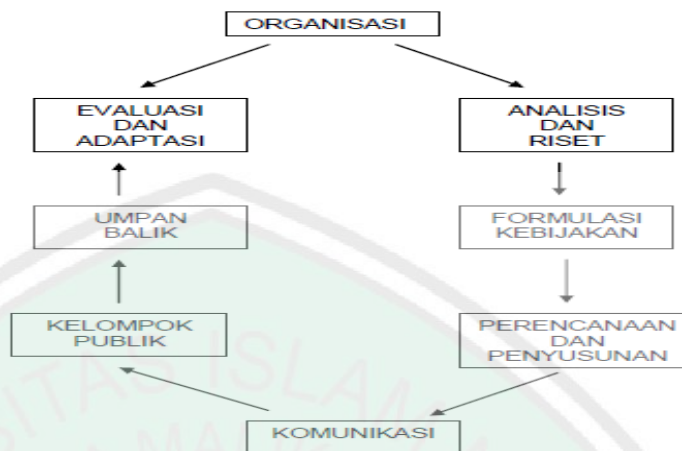
⁵⁹ Morissan, *Manajemen Public Relations ...*, hal. 183.

melalui media massa khusus seperti jurnal, brosur, surat, dan sejenisnya.

Menurut Ruslan,⁶⁰ setiap tahap dari proses kerja humas di atas, sama pentingnya bagi terlaksananya suatu program humas yang efektif, saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisahkan. Proses kerja humas merupakan satu kesatuan yang secara sirkuler terus-menerus berlangsung. Proses analisis-sintesis-komunikasi-interpretasi dari kerja humas merupakan proses yang berkesinambungan dalam bentuk spiral dan seringkali tumpang tindih antara satu dengan lainnya. Kalau diuraikan dan digambarkan maka lingkaran dan langkah-langkah kegiatan humas adalah sebagai berikut: (1) Menganalisis perilaku umum dan hubungan organisasi terhadap lingkungan; (2) Menentukan dan memahami secara benar perilaku tiap-tiap kelompok terhadap organisasi; (3) Menganalisis tingkat opini publik, baik yang intern maupun yang ekstern; (4) Mengantisipasi kecenderungan-kecenderungan, masalah-masalah yang potensial, kebutuhan-kebutuhan dan kesempatan-kesempatan; (5) Menentukan formulasi dan merumuskan kebijakan-kebijakan; (6) Merencanakan alat atau cara yang sesuai untuk meningkatkan atau mengubah perilaku kelompok masyarakat

⁶⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)hal.142

Bila langkah-langkah tersebut digambarkan, menurut Ruslan akan tampak sebagai berikut: ⁶¹



Gambar 2.2 Langkah-langkah proses kerja humas

Dalam pelaksanaannya tugas divisi kehumasan salah satunya adalah membangun serta menciptakan hubungan yang harmonis baik kedalam maupun keluar lingkup perusahaan, organisasi pendidikan maupun perguruan tinggi. Adapun hal tersebut dinyatakan pada teori kehumasan yaitu dalam membangun hubungan internal dan eksternal dengan penjelasan sebagai berikut;

1) Membangun hubungan internal

Membangun Hubungan internal dalam humas merupakan hubungan yang dijalin oleh humas yang menyangkut hubungan antara stakeholder dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Hubungan yang dijalin ini ditujukan untuk menciptakan

⁶¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi* hal. 142

sebuah kenyamanan kerja yang kondusif, menjalin kedekatan dapat serta membangun sebuah keakraban antara stakeholder dengan stakeholder maupun stakeholder dengan pemilik perusahaan atau lembaga pendidikan. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan kekompakan dan menjalin kerjasama di lingkungan lembaga pendidikan atau perusahaan. Lingkungan kerja yang nyaman dan kompak akan membuat suasana kerja menjadi menyenangkan dan semangat.

Humas internal (*internal public relations*) itu sama pentingnya dengan humas eksternal. Jika uang yang menjadi ukurannya maka humas internal mampu memberi kontribusi profitabilitas perusahaan yang sama besarnya dengan yang diberikan oleh humas eksternal. Hubungan antar sesama pegawai pada suatu perusahaan (*staff relations*) atau sesama anggota disebuah organisasi lebih berfokus pada aspek-aspek manusiawi, sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industry (*industrial relations*). Sementara itu hubungan industry lebih menekankan pada besar kecilnya upah/gaji dan berbagai kondisi atau fasilitas kerja. Namun antara keduanya terdapat hubungan yang erat, mengingat hubungan industri itu juga dipengaruhi juga oleh efektif tidaknya komunikasi dikalangan pegawai.

Tingkat efektifitas dari humas internal sangat dipengaruhi oleh tiga hal pokok, yaitu: (1) Keterbukaan pihak manajemen, (2) Kesadaran dan pengakuan pihak manajemen akan nilai dan arti penting komunikasi dengan pegawai, dan (3) Keberadaan seorang manajer komunikasi (manajer humas) yang tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber-sumber daya teknis yang modern.⁶²

Adapun pelaksanaan kegiatan internal humas ini dimaksudkan untuk menjalin hubungan di lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi yaitu hubungan antara pemimpin organisasi, dosen, karyawan, mahasiswa. Tujuan kegiatan internal humas adalah mempererat hubungan dan memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan harmonis. Guna mewujudkan suasana yang harmonis tersebut praktisi humas harus dapat membina hubungan yang terarah dan efektif kepada semua pihak, tidak hanya dalam hubungan kerja sama tetapi juga di luar kerja dengan didasari rasa kekeluargaan.

Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berkaitan dengan hubungan internal humas antara lain: (a) Memberikan pengertian kepada semua warga lembaga perguruan tinggi agar memiliki keterampilan public relation, (b) Menciptakan komunikasi yang terarah dan efektif di lingkungan kantor pusat

⁶² M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara. 2005) hal. 211-212

dan fakultas yang ada serta unit kerja lainnya. (c) Untuk mewujudkan komunikasi tersebut dengan mencantumkan semua informasi pada papan “informasi” pada tempat setrategis di lingkungan perguruan tinggi atau sekolah. (d) Menerbitkan berita kegiatan perguruan tinggi melalui media “warta, jurnal, atau berita humas”. (e) Memonitor opini public internal yang berkembang terhadap kegiatan lembaga. (f) Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah warga kampus acuh tak acuh, atau salah pengertian terhadap setiap kebijakan pimpinan universitas. Ini dapat dilakukan baik secara formal lewat lembaga/unit kerja masing-masing maupun secara informal atau melalui kritikan dan saran opini di media masa. ⁶³

Kesimpulan mendasar dari tugas dalam Internal Public Relations di antaranya, menyelenggarakan komunikasi persuasive dan informative kepada internal publik (pemimpin organisasi, dosen, karyawan, mahasiswa), dan bukannya komunikasi koersif. Mendapat kepercayaan dari publik dalam Mendapatkan kesamaan pengertian tentang visi misi perusahaan atau lembaga pendidikan dengan publik dalam Meningkatkan kegairahan kerja karyawan, mempererat hubungan dan memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan yang harmonis.

⁶³ Amin haris, *Strategi Program Humas dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*, (UMM Press, Malang, 2012) hal. 63-64

2) Membangun hubungan eksternal

Membangun hubungan eksternal erat kaitannya dengan Manajemen pemasaran. Namun lembaga pendidikan di tanah air masih dianggap langka dan tabu, karena ada anggapan yang berlaku sampai sekarang, pendidikan bukanlah suatu produk yang harus dipasarkan. Padahal dalam sejarah yang panjang pemasaran dilembaga pendidikan, khususnya dilembaga pendidikan tinggi, telah diakui dan dikembangkan. Menurut Motik (dalam Tilaar, 2002) ada enam tingkatan dalam evolusi pemasaran yang dihubungkan dengan penerimaan siswa/mahasiswa, yakni: *tahap pertama*, pemasaran tidak diperlukan; *tahap kedua*, pemasaran adalah promosi ; *tahap ketiga*, pemasaran adalah segmentasi dari riset pemasaran; *tahap keempat*, pemasaran adalah menetapkan posisi; *tahap kelima*, *perencanaan strategi*; dan *tahap keenam*, pemasaran adalah manajemen penerimaan siswa atau mahasiswa.⁶⁴

Pemasaran merupakan promosi, hal ini di dasari bahwa lembaga pendidikan menyadari, tidak dapat menarik siswa/mahasiswa yang dibutuhkan atau tidak dapat menarik siswa/mahasiswa yang diinginkan. Lembaga pendidikan ini berasumsi, masyarakat tidak mengenal lembaganya, karena itu lembaga harus membuat unit teknis atau bagian

⁶⁴ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. (Malang: UMM Press, 2010), hal.4

informasi tentang pelayanan masyarakat salah satunya adalah menangani publikasi dan informasi penerimaan siswa/mahasiswa. Untuk publikasi informasi lembaga pendidikan di butuhkan media, seperti: brosur, poster, surat kabar, televise, dan radio, *website* atau media tatap muka langsung, dan media lainnya.⁶⁵

a) Pelaksanaan kegiatan huas secara eksternal

Implementasi humas secara eksternal bertujuan untuk mempererat hubungan dengan masyarakat atau instansi diluar PT. ini dimaksudkan untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan, sehingga masyarakat akan memberikan kepercayaan dan dukungan terhadap program yang di canangkan PT. Adapun menurut, Nasution (2010) implementasi program humas dalam membina hubungan baik dengan eksternal organisasi, meliputi (a) memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan lembaga pendidikan kepada masyarakat, (b) mensosialisasi kepada masyarakat secara intensif tentang kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan, dan sebagainya, agar persepsi masyarakat tidak keliru. Cara yang dilakukan humas untuk kedua kegiatan tersebut antara lain: *pertama*, menulis semua kegiatan di lingkungan lembaga

⁶⁵ Zulkarnain Nasution , *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan....* hal. 4

pendidikan melalui media *pers release* setiap minggu di kirim kemedia cetak dan elektronik, serta menyelenggarakan konferensi pers (temu pers). *Kedua*, menerbitkan “warta, jurnal atau buletin” setiap bulannya dengan berita kegiatan actual di lingkungan lembaga pendidikan. *Ketiga*, menerbitkan berita dan kegiatan di lingkungan lembaga pendidikan melalui media internet bekerjasama dengan unit kerja yang dapat diakses. *Keempat*, mengadakan jumpa pers bila diperlukan untuk menyampaikan kebijakan baru lembaga pendidikan atau menyampaikan informasi lain yang perlu diketahui oleh masyarakat luas. *Kelima*, pada lembaga pendidikan khususnya PT mengorbitkan para pakar yang dimiliki PT dengan cara mengekspose para pakar dan guru besar tersebut. *Keenam*, mempertahankan nama baik lembaga pendidikan dengan mempersiapkan bahan informasi yang jujur dan objektif. Hal ini dilakukan dengan cara mengadakan hubungan yang baik dengan para pimpinan atau wakil-wakil surat kabar, pimpinan radio dan televisi, sekaligus meluruskan pemberitaan yang salah di media massa. *Ketujuh*, memonitor setiap masyarakat, kebutuhan dan kepentingan masyarakat salah satu cara dengan memonitor dengan sikap dan opini masyarakat di media massa, dengan mengkliping semua berita tentang lembaga pendidikan, dan kumpulan

kliping dijilid dan dilaporkan kepada pimpinan untuk mendapatkan perhatian. *Kedelapan*, khususnya PT. Memprakarsai pembentukan “forum komunikasi antar humas PT”. Tujuan pembentukan forum ini: (a) Meningkatkan kerjasama antar humas PT yang ada di Kabupaten/Kota/Propinsi guna saling memberi informasi yang terkait dengan publikasi penelitian dan kebijakan setiap PT, (b) Meningkatkan komunikasi antar praktisi humas, (c) Meningkatkan perspektif kinerja humas kedepan secara professional, (d) Proaktif dalam mensosialisasikan kebijakan pemerintah di lingkungan PT.⁶⁶

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan dalam External Public Relations, di antaranya. Menilai sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan, terhadap para pegawai dan medote yang digunakan. Memberikan advis dan bimbingan pada pimpinan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan public relations mengenai aktivitas-aktivitas. Menanamkan image/citra positif perusahaan Menyelesaikan semua masalah yang berhubungan dengan publik, dengan bijaksana dan menggunakan *win-win solution*. Menjalih hubungan yang harmonis dengan semua publik luar, mulai dari masyarakat, pemerintahan sampai media massa serta

⁶⁶ Amin Haris, Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi..., hal. 65

menyusun staf yang benar-benar ahli di bidang public relations.

Dari uraian diatas dapat dikemukakan bahwa pelaksanaan kegiatan humas dalam melakukan tugasnya bukanlah pekerjaan yang mudah atau hanya kerja sambilan, tetapi harus dikelola secara professional dan serius. Hal ini berkaitan dengan kemampuan staf humas dalam manajemen teknis dan sebagai keterampilan manajerial, serta penuh konsentrasi dari pihak praktisi humas untuk mengelola program kerja humas dalam upaya pencapaian tujuan atau sasaran sebagaimana yang direncanakan.

Humas perguruan tinggi juga dituntut untuk mampu membangun *image* positif terhadap lembaga dalam memasuki era ke depan (globalisasi, era otonomi pendidikan), menumbuhkan komunikasi yang sinergis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat dan membangun institusi responsif terhadap dinamika masyarakat.

b) Sasaran hubungan eksternal melalui media dan publisitas

Media sebagai salah satu alat dan sarana humas untuk menyampaikan informasi, publikasi dan promosi kepada public internal dan public eksternal suatu lembaga pendidikan. Pada umumnya ada dua jenis media yang sering digunakan dalam kegiatan humas, yakni media internal dan

media eksternal. Media internal sarasannya di tujukan kepada peserta didik (mahasiswa/siswa), tenaga pengajar (dosen/guru), dan pegawai administrasi atau karyawan di lembaga pendidikan. Media eksternal sarasannya terdiri dari orang tua peserta didik, alumni, dunia industry atau usaha, instansi pemerintah dan swasta, serta masyarakat luas.⁶⁷

Pemilihan media masa yang sesuai dengan sasaran public sangat penting dalam tahap-tahap persiapan dan penyebaran siaran berita. Pelaksanaan pengiriman berita dan artikel tanpa membedakan media dan tanpa mengetahui isi redaksional, khalayak, dan kebijaksanaan redaksionalnya adalah sia-sia. Hal ini karena setiap media masa memiliki kelompok publiknya. Ada media masa yang mengkhhususkan diri kepada berita criminal saja atau berita ekonomi atau tema khusus lainnya.⁶⁸

Media berita menjadi factor utama dalam humas, yang mengontrol arus publisitas melalui saluran-saluran komunikasi, yang amat penting. Hubungan baik dengan para redaktur, reporter, penulis editorial, juru kamera, kolumnis dan para penyiar serta pemahaman tentang kebutuhan mereka sangatlah esensial dalam menjamin pelaksanaan publisitas yang baik. Hubungan dengan media (*media relations*), yang

⁶⁷ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), hal. 115

⁶⁸ Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 57

semula merupakan hubungan sederhana antara petugas humas dengan beberapa rekan redaktur telah menjadi semakin kompleks karena meningkatnya jumlah media, karena media-media itu juga menjadi semakin terspesialisasi, karena persaingan antar media semakin meningkat, dan karena publisitas telah berperan lebih penting dalam humas. Karena praktisi humas telah menjadi semakin profesional dalam pendekatannya kearah publisitas, maka hubungan antara mereka dan media telah menjadi semakin menyenangkan. Beberapa perbedaan tetap ada. Media tetap bersikap kritis kepada perusahaan untuk tidak membedakan pengiriman berita yang tidak relevan atau berkualitas buruk, yang nyatanya agak menyelubungi iklan; untuk tekanan editorial oleh para pengiklan; untuk penekanan terhadap berita yang menyenangkan; untuk menganak emaskan media tertentu; untuk sikap menggambarkan persyaratan editorial; dan untuk penolakan wawancara atau hal-hal yang akan dikutip. Dilain pihak para praktisi menuduh media terlalu melebih lebihkan berita yang tidak menyenangkan, laporan yang tidak akurat, dan kegagalan dalam memperoleh fakta.⁶⁹

Berikut bentuk pemasaran dalam humas eksternal:

a) Perusahaan iklan

⁶⁹ Frazier moore, *Humas (Membangun Citra dengan Komunikasi)*, (Bandung; Rosdakarya. 2004) hal. 197

Advertising/periklanan adalah alat yang digunakan dalam kegiatan PR, termasuk diantaranya pembelian ruang/tempat dan waktu pada surat kabar, majalah, radio, televise, dan internet untuk menyampaikan informasi produk kepada target *audiences*. kegiatan *advertising* diantaranya adalah *direct response* (iklan melalui pos) dan *sales promotion*. Perbedaan antara *advertising* dan publisitas adalah kegiatan publisitas tidak perlu membeli tempat dan waktu agar bisa masuk kedalam berita dan media entertainment.

Para praktisi humas menggunakan periklanan ketika mereka ingin mengontrol pesan yang dikirim, termasuk kapan dan dimana pesan disampaikan. Sebaliknya, kegiatan publisitas dan banyak teknik kegiatan humas cenderung untuk merayu konsumen daripada menginformasikan fungsi produk mereka, sehingga mereka menolak pesan yang disampaikan.⁷⁰

Saat ini banyak sekali perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan iklan atau biro iklan eksternal untuk membantu perusahaan dalam merencanakan, mempersiapkan dan melaksanakan program periklanan dan promosi mereka. Suatu perusahaan atau biro iklan

⁷⁰ <http://yulia91.blog.binusian.org/2011/05/25/antara-periklanan-dan-hubungan-masyarakat-terhadap-media/>

adalah suatu organisasi jasa yang mengkhususkan diri dalam merencanakan dan melaksanakan program periklanan bagi klien, yaitu perusahaan yang menggunakan jasa biro atau perusahaan iklan eksternal.

Perusahaan iklan eksternal lebih mampu menyediakan tenaga terlatih yang ahli dibidang masing-masing. Para staf perusahaan iklan terdiri dari para artis, penulis, analisis media, peneliti dan tenaga ahli lainnya yang memiliki keterampilan khusus, pengetahuan dan pengalaman yang dapat menolong klien memasarkan barang dan jasanya. Cukup banyak perusahaan iklan dewasa ini yang memiliki keahlian khusus membantu klien yang bergerak pada jenis usaha tertentu misalnya industry kesehatan dan teknologi tinggi.

Perusahaan iklan eksternal juga lebih dapat memberikan pandangan yang lebih objektif mengenai pasar dan situasi usaha yang tengah dihadapi. Pengalaman yang diperoleh oleh usaha iklan pada masa lalu dalam membantu komunikasi pemasaran dalam berbagai klien lain menjadi modal penting bagi perusahaan iklan pada masa lalu dalam membantu komunikasi pemasaran berbagai klien lain menjadi modal penting bagi

perusahaan iklan dalam membantu memecahkan masalah klien yang ada saat ini.⁷¹

b) *Full service agency*

Banyak klien yang menggunakan perusahaan iklan yang menawarkan jasa secara lengkap atau dikenal dengan istilah *full service agency* (perusahaan iklan jasa lengkap) yang menawarkan jasa mulai dari jasa pemasaran, komunikasi dan jasa promosi yang mencakup mulai dari perencanaan\ menciptakan ide kreatif, produksi iklan, riset, hingga pemilihan media. Perusahaan jasa iklan lengkap ini bahkan juga menawarkan jasa yang tidak terkait dengan periklanan, seperti; perencanaan pemasaran strategis, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, desain kemasan produk, serta jasa kehumasan dan publisitas. Perusahaan jasa iklan lengkap ini memiliki bagian-bagian (departemen) yang khusus melakukan pekerjaan tertentu yang dibutuhkan klien untuk melaksanakan berbagai fungsi periklanan. Departemen atau bagian dari perusahaan iklan jasa lengkap mencakup: *account service*, jasa pemasaran dan jasa kreatif.⁷²

c) Hubungan pers

⁷¹ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jakarta; Kencana. 2010), hal. 147

⁷² Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* ...hal. 149

Humas dan hubungan pers (*public relations* dan *press relations*, keduanya biasa disingkat PR) sering dianggap sama. Tentu saja anggapan ini salah karena hubungan pers bergantung pada sejauh mana peranan dan keberadaan media massa itu sendiri serta tingkat penerimaannya oleh masyarakat. Karena itu hubungan pers lebih populer di Negara-negara industry yang sudah maju, yang sebagian besar penduduknya tinggal didaerah-daerah perkotaan dimana dimana media massa ada dalam jumlah serta variasi yang berlimpah.⁷³

Hubungan pers (*perss relations*) adalah upaya-upaya untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dalam prakteknya hubungan pers ternyata tidak terkait dengan kalangan pers (istilah yang populer bagi kalangan media cetak, khususnya jurnalisme surat kabar) saja, melainkan semua bentuk media lainnya, media cetak, media bioskop, media elektronik seperti haknya radio dan televise, dan sebagainya. Istilah-istilah dari dunia media cetak memang cenderung lebih populer, sedangkan istilah

⁷³ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara. 2005), hal 152

lain yang secara harfiah lebih tepat justru tidak diterima secara luas, misalnya saja istilah “hubungan media” (media relations), meskipun kurang populer bila dibandingkan dengan istilah “siaran berita” atau “paparan berita” (news release) ternyata masih cukup banyak yang menggunakannya, termasuk kalangan praktisi humas profesional.

Tujuan pokok diasakannya hubungan pers adalah “menciptakan pengetahuan dan pemahaman”, jadi jelas bukan semata-mata menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan induk atau klien demi mendapatkan “suatu citra atau pokok yang lebih indah dari pada aslinya dimata umum”.⁷⁴

d) *Public affairs*

Public affairs⁷⁵ adalah sebuah istilah yang kadang digunakan sebagai sinonim bagi semua aktivitas public relations dan lebih sering menjelaskan aspek public relations yang berkaitan dengan lingkungan politik dari organisasi. Atau bisa juga disebut government relations. Public affairs dapat membantu organisasi mengantisipasi atau merespon berbagai isu yang mempengaruhi aktivitasnya. Kegiatan public affairs termasuk dalam

⁷⁴ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan.....*, hal. 153

⁷⁵ <http://agungbae123.wordpress.com/2013/03/04/portofolio-mahmud-arif-tentang-humas/>

kegiatan yang berusaha membentuk opini publik dan legislasi, mengembangkan respon positif yang efektif terhadap masalah yang menjadi perhatian publik, serta membantu organisasi menyesuaikan diri dengan harapan publik.

Public affairs adalah bagian public relations yang berfokus untuk membangun hubungan kebijakan publik antar organisasi. Agar berhasil, semua organisasi perusahaan, organisasi nirlaba, dan pemerintah harus membangun hubungan birokrasi dan secara aktif berkolaborasi dengan orang pemerintahan agar dapat mempengaruhi kebijakan publik.

Definisi public affairs berfokus pada pembangunan hubungan dalam arena kebijakan publik. John Paluszek (mantan president public relations Ketchum) mendefinisikan public affairs sebagai berikut. – public affairs membantu sebuah organisasi membangun dan memelihara hubungan dengan berbagai kelompok masyarakat (publik) yang dapat mempengaruhi masa depan.

Pencarian fakta dan listening post mungkin menjadi aspek paling penting dalam government relations. Setelah mengumpulkan informasi, spesialis government relations

menimbang dan menilai potensi dampak informasi tersebut kemudian disebarluaskan kepada pembuat keputusan dan perusahaan, karyawan, pemilik saham, dan publik. Dampak paling besar dari publik affairs terhadap sebuah organisasi akan terasa ketika publik affairs membantu perencanaan perusahaan. Pada saat yang sama, staf government relations menyampaikan informasi ke legislator, regulator, staf kongres, aliansi politik potensial, dan publik.

Public affairs kadang juga diharapkan untuk memadamkan kebakaran yang terjadi pada bagian awal dari government relations. Investigasi dan publisitas tidak memiliki dasar hukum yang cukup, tetapi sangat jelas keduanya sering digunakan sebagai senjata oleh pemerintah dalam mempengaruhi dunia bisnis. Bocornya sebuah berita kepada media oleh sumber tingkat tinggi, kunjungan kepada tempat yang dianggap melakukan pelanggaran, mengadakan dengan publik, dan kegiatan sejenis, mungkin dapat digunakan pegawai pemerintah untuk menentang dunia bisnis. Spesialis publik affairs perusahaan harus bersaing dengan forum publik dari pemerintah dan operasi public affairs dari berbagai kepentingan khusus. Kejujuran dan komunikasi publik

yang kuat merupakan aspek penting dari proses government relations.⁷⁶

d. Evaluasi humas

Setelah komunikasi dilaksanakan, maka sesuatu organisasi tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. 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.

Evaluasi dalam suatu organisasi atau dalam hal ini divisi humas di lembaga pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya untuk mengetahui berbagai hal yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan, dan kemunduran suatu program yang dijalankan dalam organisasi pendidikan. Artinya, evaluasi program yang dijalankan tersebut guna ditindak lanjuti sebagai langkah improvisasi organisasi pendidikan menuju ke arah yang lebih baik dan maju.

Secara definisi evaluasi adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang bekerjanya sesuatu, yang selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam

⁷⁶ <http://agungbae123.wordpress.com/2013/03/04/portofolio-mahmud-arif-tentang-humas/>

mengambil keputusan.⁷⁷ Dalam hal ini evaluasi akan sesuai dengan apa yang diharapkan apabila pelaksanaannya dilaksanakan secara continue dan mempertimbangkan asas accountability. Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka dalam pelaksanaan evaluasi selanjutnya akan mengalami suatu kendala, khususnya dalam upaya pengembangan organisasi. Kondisi yang demikian memerlukan penyegaran secara internal pelaksana program setelah diadakan evaluasi tersebut.⁷⁸

Sedangkan menurut Morrisson, ada tiga tahapan dalam pelaksanaan evaluasi manajemen public relations atau humas, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.⁷⁹

1) Tahap persiapan, meliputi:

- a) Evaluasi kelengkapan informasi latar belakang yang digunakan untuk mendesain program
- b) Evaluasi kesesuaian antara isi pesan dan kegiatan yang dilakukan
- c) Evaluasi kualitas pesan.⁸⁰
- d)

2) Tahap pelaksanaan, meliputi:

⁷⁷Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal.1

⁷⁸Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara mandiri*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hal. 306-307.

⁷⁹Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu....*, hal.227.

⁸⁰Scott M. Cultp, at, al, *Effective Public Relations,*hal. 436

- a) Evaluasi jumlah pesan yang dikirim ke media massa serta kegiatan yang sudah dirancang
 - b) Evaluasi jumlah pesan yang sudah diberitakan serta kegiatan yang sudah dilaksanakan
 - c) Evaluasi jumlah khalayak yang menerima pesan dan jumlah khalayak yang mengetahui kegiatan humas
 - d) Evaluasi jumlah khalayak yang memberikan perhatian terhadap pesan yang dikirimkan atau kegiatan yang dilaksanakan.⁸¹
- 3) Tahap evaluasi, meliputi:
- a) Evaluasi jumlah khalayak yang mempelajari isi pesan
 - b) Evaluasi jumlah khalayak yang berubah pendapat
 - c) Evaluasi jumlah khalayak yang berubah sikap
 - d) Evaluasi jumlah khalayak yang bertingkah laku sesuai keinginan
 - e) Evaluasi jumlah khalayak yang mengulangi tingkah laku tersebut
 - f) Evaluasi perubahan sosial dan budaya.⁸²

Semua tahapan evaluasi di atas harus dilakukan oleh praktisi *public relations*. Hal ini bertujuan salah satunya adalah untuk menentukan keberhasilan program yang sudah dijalankan. Evaluasi yang signifikan harus dilakukan dan diukur secara ilmiah. Karena

⁸¹Morissan, *Manajemen Public Relations*hal.226.

⁸²Morissan, *Manajemen Public Relations* hal.226.

itu, ketiga tahapan dalam evaluasi di atas harus digunakan oleh praktisi *public relations*.

Penentuan keberhasilan sebuah program didasarkan kepada penilaian yang dilakukan pihak sekolah atau divisi *public relations* di lembaga pendidikan. Menurut Indar Fachrudi sebagaimana yang diikuti oleh Minarti terdapat beberapa metode penilaian guna menilai suatu pelaksanaan program *public relations* di sekolah. Diantara melalui observasi, perekaman, penelitian melalui telepon, panel, daftar cek, skala penilaian, dan pol pendapat.⁸³

Dengan demikian dapat dipahami bahwa posisi evaluasi dalam setiap program termasuk divisi *public relations* di lembaga pendidikan memiliki peranan penting dalam mewujudkan berbagai program yang ada di sekolah. Evaluasi tersebut dilakukan untuk mengukur berhasil tidaknya program yang dibuat sebelumnya. Secara teori sebagaimana yang disebutkan di atas, penentuan berhasil tidaknya program yang dibuat dan dijalankan divisi *public relations* di sekolah dapat dinilai melalui observasi, perekaman, dan lain sebagainya sebagaimana yang disebutkan di atas.

2. Tujuan humas

Public relations merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi *public relations* adalah salah satu bagian atau divisi dari sebuah

⁸³Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*,... hal. 313.

organisasi. Karena itu, tujuan *public relations* sebagai bagian struktural organisasi tentu saja tidak bisa lepas dari tujuan organisasinya sendiri. Inilah yang oleh Oxley sebagaimana yang dikutip Iriantara disebut sebagai salah satu prinsip *public relations*. Prinsip tersebut menyatakan “Tujuan *public relations* jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objek organisasi secara keseluruhan”. Tujuan *public relations*-nya sendiri dinyatakan “mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publicnya”. Bahkan secara tegas Oxley sebagaimana yang dikutip Iriantara menyatakan, bahwa objek *public relations* itu tidak akan pernah terlepas dari objektif organisasi.⁸⁴ Apa yang dijelaskan oleh Oxley di atas, kemudian seperti dibuat uraiannya secara lebih rinci oleh Lesly sebagaimana yang dikutip Iriantara tatkala menyusun semacam daftar objektif kegiatan *public relations*, yang diataranya sebagai berikut:⁸⁵ (1) Citra yang *favourable* dan segenap faedahnya, (2) Promosi produk atau jasa, (3) Mendeteksi dan menghadapi isu dan peluang, (4) Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka, (5) Merumuskan dan membuat pedoman kebijakan, (6) Menaungi viabilitas masyarakat tempat organisasi berfungsi, (7) Mengarahkan perubahan.

Ke 7 hal di atas yang merupakan tujuan kegiatan *public relations* yang pada gilirannya akan memberi manfaat terhadap organisasi. Citra baik misalnya, akan memberi manfaat yang sangat besar bagi organisasi bahkan citra dan reputasi ini sering disebut aset terbesar perusahaan atau

⁸⁴Yosal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation...*, hal. 57.

⁸⁵Yisal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation...*, hal. 57

dalam hal ini lembaga pendidikan. Karena itu, reputasi mendapat perhatian yang sangat besar dalam sebuah lembaga pendidikan.

Berbeda dengan pendapat di atas, menurut Sianipar sebagaimana yang dikutip Purwanto, tujuan public relations atau humas harus melihat dari sudut pandang keduanya (kepentingan sekolah dan masyarakat).⁸⁶ Ditinjau dari segi kepentingan sekolah, *public relations* bertujuan untuk:

- a. Memelihara kelangsungan hidup sekolah
- b. Meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan
- c. Memperlancar proses belajar-mengajar
- d. Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah.

Sedangkan jika ditinjau dari kebutuhan masyarakat, tujuan *public relations*/humas adalah untuk:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang mental-spiritual
- b. Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat
- c. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.

⁸⁶M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 189-190.

Secara lebih konkrit purwanto menambahkan, tujuan diselenggarakannya *public relations*/humas adalah untuk:⁸⁷

- a. Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat
- b. Mendapatkan dukungan dan bantuan moril maupun finansial yang dibutuhkan bagi pengembangan sekolah
- c. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah
- d. Memperkaya atau memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat
- e. Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak.

Namun demikian, berbagai tujuan di atas dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu:⁸⁸

- a. Untuk mengembangkan mutu belajar dan pertumbuhan anak-anak
- b. Untuk mempertinggi tujuan-tujuan dan mutu kehidupan masyarakat
- c. Untuk mengembangkan pengertian, antusiasme masyarakat dalam membantu pendidikan yang diselenggarakan pemerintah.

3. Jenis-jenis humas

Public relations atau juga disebut humas tidak jarang diartikan dengan pengertian sempit. Mayoritas menyebutkan bahwa hubungan kerja sama itu hanyalah dalam hal mendidik anak saja. Asalkan orang tua dan guru di sekolah telah bersama-sama berusaha mendidik anak/murid, maka

⁸⁷M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan...*, hal. 190.

⁸⁸M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan...*, hal. 190

mereka menganggap sudah cukup. Karena itu, tidak sedikit pihak sekolah maupun guru yang merasa cukup dengan adanya hubungan antara sekolah dengan masyarakat jika di sekolah tersebut sudah terbentuk BP3 yang sewaktu-waktu dapat dihubungi atau dijadikan perantara antara sekolah dan keluarga jika terjadi sesuatu tentang murid-muridnya, atau sewaktu-waktu ada kebutuhan sekolah mendesak yang perlu dipikirkan atau dipecahkan bersama antara pihak sekolah dan wali murid.

Padahal, kalau dilihat lebih cermat lagi hubungan kerja sama antara sekolah dengan masyarakat mencakup beberapa bidang. Menurut Purwanto, hubungan kerja sama itu meliputi hubungan edukatif, hubungan kultural, dan hubungan institusional.⁸⁹

- a. Hubungan edukatif, yaitu hubungan kerja sama dalam hal mendidik murid oleh guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga.
- b. Hubungan kultural, yaitu usaha kerja sama antara sekolah dengan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat di tempat sekolah itu berada.

Hubungan institusional, yaitu hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah, seperti hubungan kerja sama antara sekolah dengan sekolah-sekolah lain, dengan kepala pemerintahan setempat, periklanan dan peternakan, dengan perusahaan-perusahaan Negara maupun swasta

⁸⁹M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan...*, hal. 193-194.

yang semuanya berkaitan dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan secara umum.

Ketiga kerja sama di atas sekaligus menjadi jawaban dari pendapat yang pertama (*public relations* diartikan dengan pengertian sempit) bahwa pada hakikatnya *public relations* tidak hanya sebatas bekerja sama dalam hal mendidik murid saja, melainkan juga mencakup hubungan kultural dan hubungan dengan instansi-instansi lain.

4. Fungsi humas

Fungsi atau dalam bahasa inggris *function*, bersumber pada perkataan bahasa latin, *functio*, yang berarti penampilan, pembuatan, pelaksanaan, atau kegiatan. Davis dan filley (Effendi, 2002) mengemukakan bahwa istilah fungsi menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas yang dapat dibedakan bahkan kalau perlu dipisahkan dari tahap pekerjaan lain. Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat dilihat ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya yakni: (1) humas adalah suatu metode komunikasi yang berbeda dengan metode-metode lainnya. (2) fungsi humas melekat pada proses manajemen, yang berarti bahwa humas tidak dapat dipisahkan dari manajemen, (3) sasaran kegiatannya adalah public eksternal (*external public*) dan public internal (*internal public*), (4) operasionalisasinya ada dua, yakni *pertama*, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, dan yang *kedua*, mencegah terjadinya rintangan psikologis pada pihak

public.⁹⁰ Pada redaksi lain dijelaskan fungsi humas secara universal yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *good will*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan adanya citra yang baik dari public atau pada masyarakat pada umumnya.
2. Melaksanakan sasaran untuk menciptakan opini public yang bisa diterima dan menguntungkan ssemua pihak.
3. Melakukan unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan public tetapi merupakan kekhasan organisasi/perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra suasana kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktifitas bisa dapat dicapai secara optimal.
4. Menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, internal atau eksternal melalui proses timbal balik, sekaligus menciptakan opini publiknya sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai *input* bagi organisasi yang bersangkutan.⁹¹

Lebih dari itu untuk melaksanakan fungsinya, maka PR harus memenuhi berbagai persyaratan, yakni: (1) kemampuan untuk mengamati, menganalisis persoalan, (2) kemampuan menarik perhatian, (3) kemampuan mempengaruhi pendapat, (4) kemampuan menjalin hubungan.

Sedangkan persyaratan mental yang harus dimiliki oleh humas adalah: (1) kejujuran, (2) integritas, (3) loyalitas. Persyaratan yang harus dimiliki oleh

⁹⁰ Amin Haris, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*, ...hal. 43

⁹¹ Amin haris, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*,, hal. 45

praktisi humas tersebut, maka akan sangat membantu dalam melaksanakan fungsinya sebagai humas disuatu organisasi. Dengan memenuhi berbagai persyaratan humas akan mampu menemukan strategi dalam menangani atau mengatasi segala macam problem yang muncul dimasyarakat maupun dalam organisasi. ⁹²

Berbicara fungsi berarti berbicara masalah kegunaan humas dalam mencapai tujuan organisasi/lembaga. ⁹³Beberapa buku tentang *public relations* memberi batasan tentang fungsi ini daalam bermacam istilah. Misalnya disebut berfungsi punitive prefentif, kuratif dan sebagainya. Namun, dalam buku ini diputuskan untuk tidak membahas perbedaan-perbedaan istilah tersebut. Ada dua fungsi PR yaitu:

a. Fungsi konstruktif

Djanalis menganalogikan fungsi ini sebagai “perata jalan”. Jadi, humas merupakan “garda” terdepan yang dibelakangnya terdiri dari “rombongan” tujuan-tujuan perusahaan. Ada tujuan marketing, tujuan produksi, tujuan personalia, dan sebagainya. Peran humas dalam hal ini mempersiapkan mempersiapkan mental public untuk menerima kebijakan organisasi/lembaga, humas memahami kepentingan public, humas mengevaluasi perilaku public maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan pra kondisi untuk mencapai saling saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan public organisasi/lembaga yang di

⁹² Amin haris, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi, ...* hal. 45

⁹³ Frida kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas* (ghalia Indonesia, Bogor. 2004) hal. 23

wakilnya. Fungsi konstruktif ini mendorong humas membuat aktifitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk disini humas bertindak secara preventif.

b. Fungsi korektif

Apabila kita mengibaratkan fungsi konstruktif sebagai “perata jalan” maka fungsi korektif berperan sebagai “pemadam kebakaran “ (djanalis, 1993). Yakni apabila api sudah terlanjur menjalar dan membakar organisasi/lembaga, maka peranan yang dapat dimainkan oleh humas adalah memadamkan api tersebut. Artinya apabila sebuah organisasi/lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan public, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu lembaga. Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center dalam Effendy Onong, memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut

- b. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh public
- c. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.⁹⁴

Dari keseluruhan devinisi mengenai fungsi humas dapat disimpulkan bahawa fungsi humas di Sekolah salah satunya adalah dapat membangun citra sekolah sekaligus memperkuat awarednes dikalangan masyarakat yang juga berupaya untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan public, atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan suatu organisasi (stakeholders).

Menurut Nawawi, Hadari⁹⁵ Tugas-tugas pokok atau beban kerja humas suatu organisai atau lembaga dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi dan menyampikan ide (gagasan) kepada masyarakat atau pihak-pihak yang membutuhkannya. Menyebarkan informasi dan gagasan-gagasan itu agar diketahui maksud atau tujuannya sertakegiatankegiatannya termasuk kemungkinan dipetik manfaatnya oleh pihak-pihak diluar organisasi.

⁹⁴ Effendy, Onong Uchjana.. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis* . (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2002) hal. 34

⁹⁵ Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. (Yogyakarta: Gajah Mada Press 2005)hal. 73

- b. Membantu pimpinan yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya.
- c. 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*.
- d. Membantu pimpinan dalam mengembagkan rencana dan kegiatan-kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat (*Publicservice*) sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar, yang ternyata menumbuhkan harapan atau penyempurnaan *policy* atau kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.

5. Strategi humas

Dalam manajemen system pengelolaan tidak akan berhasil jika tidak dilaksanakan dengan menggunakan strategi yang sesuai, maka berikut dijabarkan strategi yang dilakukan dalam menajmen humas hal ini juga berguna dalam menunjang pencapaian objektif organisasi atau pencapaian objektif bagian fungsional humas. Strategi-strategi tersebut meliputi:⁹⁶

- a. Distingtif

⁹⁶Yusal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations...* hal. 103-104.

Kuatnya reputasi organisasi merupakan akibat dari posisi distingtif organisasi itu dalam benak *stakeholder*-nya. Misalnya, kita bisa membandingkan dua raksasa produsen mikroprosesor, yakni Intel dan AMD yang pada dasarnya menghasilkan prosesor yang bermutu, kecepatan, dan kekuatannya setara. Namun harus diakui, Intel lebih tertanam dibenak konsumen. Kenapa? Reputasi Intel yang dibangun melalui kampanye *Intel Inside* yang menyatakan bahwa produk Intel ini merupakan komponen pokok komputer sebagai komponen yang bermutu, berkecepatan, dan berkekuatan. Artinya, Intel membangun dirinya secara distingtif.

b. Fokus

Kuatnya reputasi juga merupakan akibat dari upaya organisasi dalam memfokuskan tindakan dan komunikasinya dengan menggunakan tema tunggal. Misalnya “terpercaya”.

c. Konsistensi

Reputasi yang kokoh bisa dibangun bila organisasi konsisten dalam tindakan dan komunikasinya kepada semua stakeholder. Survei menunjukkan, organisasi-organisasi yang dipandang baik merupakan organisasi yang mengintegrasikan dan meramu semua prakarsa secara lintas-fungsional.

d. Identitas

Dukungan prinsip identitas diperlukan untuk mengokohkan reputasi. Identitas sebuah organisasi akan sangat membantu dalam mewujudkan berbagai program yang ditawarkan kepada masyarakat.

Keempat prinsip atau strategi di atas dapat dijadikan senjata juga oleh lembaga pendidikan dalam menjalin hubungan dengan masyarakat atau ketika bekerjasama dengan perusahaan. Selain itu menurut Wheleen dan Hunger sebagaimana yang dikutip oleh Iriantara, beberapa strategi yang dapat dipakai oleh sebuah organisasi antara lain:⁹⁷

a. Kepemimpinan harga

Dalam hal ini strategi kompetisi dengan tujuan pada pasar massal yang besar sehingga bisa memberikan pendapatan yang tinggi, meski persaingan cukup ketat. Namun, strategi ini mengandung resiko ditiru kompetitor, terjadinya perubahan teknologi, dan runtuhnya landasan kepemimpinan harga.

b. Diferensiasi

Strategi ini digunakan untuk memberikan keunikan dan nilai yang tinggi kepada pembeli, dalam artian mutu produk, sifat tertentu produk, atau layanan purna jual. Namun, strategi ini mengandung resiko ditiru kompetitor dan dasar bagi diferensiasi tidak lagi dianggap penting oleh pembeli.

⁹⁷Yusal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations...* hal. 105

c. Fokus

Strategi ini digunakan untuk membagi pasar ke dalam beberapa segmen dan hanya memilih segmen tertentu sebagai fokus. Resikonya, segmen sasaran menjadi tidak menarik secara struktural karena luruhnya struktur dan hilangnya permintaan.

Ketiga strategi di atas juga dapat dijadikan strategi lembaga pendidikan dalam menggait peserta didik atau juga ketika mau partnership dengan berbagai lembaga pendidikan maupun organisasi non pendidikan. Merangkai penjelasan di atas Menurut Scott M.Cutlip & Allen H.Center.⁹⁸ Sebagai landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja humas dapat dilakukan melalui “empat tahapan atau langkah-langkah pokok” yaitu:

B. Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul

1. Pengertian Unggul

Menurut para pemerhati maupun pakar pendidikan, dalam perkembangannya lembaga pendidikan unggulan dapat dibedakan menjadi beberapa tipe, yaitu; *Pertama*, lembaga pendidikan unggulan yang mampu menghasilkan lulusan dengan prestasi akademik yang tinggi, namun harus dibarengi dengan *in-put* yang memang sudah unggul. *Kedua*, tipe lembaga pendidikan unggulan dalam hal fasilitas belajar. Tipe lembaga pendidikan ini memang memiliki fasilitas yang unggul, misalnya dilengkapi tempat-tempat praktek atau laboratorium yang memadai, gedung-gedung sekolah

⁹⁸ Yusal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations...* hal. 139

yang sesuai dengan kapasitas pesertadidik, lapangan olahraga yang serba lengkap dan fasilitas-fasilitas lainnya. Lembaga pendidikan tipe ini sering disebut juga dengan lembaga pendidikan yang eksklusif. Tentunya biaya pendidikan di lembaga unggulan tipe kedua ini sangat mahal. *Ketiga*, lembaga pendidikan unggulan yang menitikberatkan pada proses belajar mengajar dengan membangun iklim pembelajaran yang kondusif dilingkungan lembaga. Dengan demikian akan dilahirkan *out-put* dengan prestasi yang unggul walaupun berasal dari *in-put* yang tidak tergolong unggul. Unggulan tipe ini terjadi proses belajar mengajar yang efektif dan kondusif.⁹⁹

Kata “unggul” menurut Nur Cholis yang dikutip dalam Jurnal *Mewujudkan Keunggulan Madrasah*, menyiratkan adanya superioritas di banding dengan lain. Kata ini menunjukkan kata “kesombongan intelektual” yang sengaja ditanamkan di lingkungan lembaga pendidikan, di Negara maju untuk menunjukkan lembaga pendidikan yang baik tidak menggunakan kata unggul (*excellent*) melainkan *efectif*, *develop*, dan *essential*. Sedang departemen Agama menggunakan istilah “lembaga pendidikan model” bagi lembaga pendidikan yang memang tergolong unggul atau memiliki karakteristik keunggulan tertentu dalam pengelolaan pendidikan.¹⁰⁰

Menurut Dedi dalam Barnawi menjelaskan bahwa lembaga pendidikan Unggul bertujuan untuk menghasilkan keluaran pendidikan

⁹⁹ Mulyono, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar* (Mewujudkan Keunggulan Madrasah), Vol 2, No. 1 Juli-Desember 2009, hal. 59

¹⁰⁰ Mulyono, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*hal. 60

yang memiliki keunggulan-keunggulan dalam; (1) kualitas dasar yang meliputi daya pikir, daya kalbu, dan daya fisik; (2) kualitas instrumental yang meliputi penguasaan ilmu pengetahuan (lunak dan keras termasuk terapannya yaitu teknologi, kemampuan berkomunikasi dsb.), dan (3) kemampuan bersaing dan bekerja sama dengan bangsa-bangsa lain (school sister) dengan bangsa-bangsa lain.¹⁰¹

Dengan demikian lulusan yang unggul merupakan lulusan yang memiliki kualitas dasar dan kualitas instrumental yang baik serta memiliki kemampuan untuk bersaing dan bekerja sama. Selain itu masih menurut Dedy dalam Barnawy, lembaga pendidikan unggul juga di tujukan untuk menyiapkan siswa agar memiliki kemampuan/kompetensi kunci untuk menghadapi era regionalisasi/globalisasi, antara lain; (1) memiliki kemampuan dasar yang kuat dan luas, (2) mampu mengumpulkan, menganalisis, dan menggunakan data dan informasi, (3) mampu mengkomunikasikan ide dan informasi.¹⁰²

Dalam konsep sesungguhnya lembaga pendidikan unggul adalah lembaga pendidikan yang secara terus menerus meningkatkan kinerjanya dan menggunakan sumber daya yang dimilikinya secara optimal untuk menumbuh kembangkan pesertadidik secara menyeluruh. Berarti bukan hanya prestasi akademis saja yang tumbuh kembang, melainkan potensi psikis, fisik, etika, moral, religi, emosi, spirit, adversity dan intelegensi.¹⁰³

¹⁰¹ Barnawi & muh. Arifin, *Branded School*. (Jakarta: ar-ruzz media, 2013)hal.145

¹⁰² Barnawi & muh. Arifin, *Branded School*hal.145

¹⁰³ Mulyono, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*, hal. 59

Dari kata unggul tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan merupakan lembaga pendidikan yang mampu mendedikasikan dirinya sebagai lembaga yang secara terus menerus meningkatkan kinerjanya dan menggunakan sumber daya yang dimilikinya secara optimal untuk menumbuh kembangkan pesertadidiknya secara menyeluruh yang garis besarnya bisa kita pahami bahwa lembaga pendidikan disebut “unggul” karena mutu serta kualitasnya dalam bidang akademik maupun non akademik.

2. Upaya Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul

Tugas yang paling penting dalam membangun *brand* sebuah perguruan tinggi sejatinya adalah memperkenalkan produk, jasa atau klaim nama yang di dalamnya mengandung keunggulan yang di miliki atau yang akan dicapai. Kita dapat memperkenalkan secara virtual, media cetak, media audio visual, brosur, *pamphlet*, stiker, dan *marchandise* lainnya. *Brand* tentu bukan pepesan kosong atau buih belaka yang sepi spirit. *Brand* lembaga pendidikan sejatinya ditentukan oleh *stakeholders* lembaga pendidikan dengan pemimpin utamanya. Brand merupakan merek sekaligus cita-cita besar lembaga pendidikan yang harus diperjuangkan. *Brand* tidak bisa lepas dari visi dan misi lembaga pendidikan karena pada hakikatnya *brand* merupakan sistem nilai yang dibangun sehingga menjadi label bagi lembaga pendidikan.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Barnawi & muh. Arifin, *Branded School*. (Jakarta: ar-ruzz media, 2013) hal.155

Pada dasarnya paradigma manajemen pendidikan tinggi secara visual dapat digambarkan sebagai suatu tetradron (empat ruang lingkup) yang mencakup: (1) *Kualitas*, kualitas adalah suatu mutu pendidikan, (2) *Otonomisasi*, Otonomisasi adalah kemandirian untuk mengatur rumah tangga sendiri yang mengacu pada manajemen mandiri, (3) *Akuntabilitas*, Akuntabilitas adalah suatu lembaga pendidikan tinggi yang berarti sejauh mana memiliki makna bagi masyarakat, (4) *Akreditasi dan Evaluasi*, Akreditasi dan Evaluasi adalah sebagai langkah penilaian untuk memantau sebuah tingkat perkembangan dan mutu sebuah perguruan tinggi.¹⁰⁵

Melalui paradigam diatas tentunya harus melalui penataan system manajemen perguruan tinggi dengan menekankan pada konsep filosofi dari perbaikan terus menerus yang berhubungan dengan alat dan teknik untuk perbaikan kualitas dalam tindakan manajemen untuk mencapai kebutuhan dan harapan pemakai hasil produk pendidikan, atau dapat langsung diserap oleh pemakai lulusan sesuai dengan spesifikasi.¹⁰⁶

Dalam hal ini Perguruan Tinggi sebagai sebuah organisasi penyedia jasa pendidikan juga perlu mengelola citranya. Hal ini akan berkaitan dengan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya yang melekat pada institusi pendidikan. Sehingga citra positif dapat terwujud, manakala perguruan tinggi secara nyata memang mengelola pendidikannya dengan mengacu pada konsep *good university governance*. Sehingga citra positif ini pula, yang nantinya

¹⁰⁵ Fathul Jannah *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*. Hal. 17

¹⁰⁶ Fathul Jannah. *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam* Hal. 18

akan menjadi nilai tambah (*added value*) bagi para calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya.

Sedangkan Hakikat Perguruan Tinggi berdasarkan UU No.20 tahun 2003 tentang System Pendidikan Nasional pasal 19 ayat 1 merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan program doctor. Penyelenggaraan pendidikan dilaksanakan oleh suatu lembaga pendidikan tinggi. Penyelenggaraan pendidikan dilaksanakan oleh suatu lembaga pendidikan tinggi. Pasal 20 ayat 1 disebutkan bahwa perguruan tinggi dapat berbentuk, akademi, politeknik, sekolah tinggi, institute, atau universitas. Setiap perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam mengelola pendidikan, setiap perguruan tinggi diberikan wewenang untuk menentukan kebijakan dan memiliki otonomi dilembaganya masing-masing.¹⁰⁷

Perguruan tinggi sebagai sebuah organisasi penyedia jasa pendidikan juga perlu mengelola citranya. Hal ini akan berkaitan dengan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya yang melekat pada institusi pendidikan, sehingga citra positif dapat terwujud manakala perguruan tinggi secara nyata memang

¹⁰⁷ Amin Haris, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi.*, hal. 21

mengelola pendidikannya dengan mengacu pada konsep *good university governance*.¹⁰⁸

Dalam redaksi lain tegas menyebutkan bahwa para pakar pendidikan pada umumnya tidak meletakkan garis pembeda yang tegas antara pendidikan tinggi dan perguruan tinggi baik dalam kajian ortodoksi maupun otopraktisnya. Meskipun kedua hal diatas memiliki kaitan yang erat. Namun demikian, keduanya memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Dalam hal ini, perguruan tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi. 109

Dipertegas kembali oleh khairuman arma dalam fathul jannah yaitu bahwasanya terdapat factor yang ikut menentukan pencapaian peningkatan mutu perguruan tinggi antara lain sarana dan prasarana, fasilitas dan kualitas tenaga pengajar, serta komitmen para dosen terhadap profesi dan keahliannya. Peningkatan mutu perguruan tinggi terkait langsung dengan ketersediaan dan pengadaan dosen-dosen yang yang bermutu, seperti yang dikatakan oleh khairuman armia bahwa seorang dosen yang mengajar mahasiswa S1 seharusnya berpendidikan sekurang-kurangnya setingkat lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan mahasiswanya. 110

Sebuah perguruan tinggi dapat dikatakan mampu bersaing dalam dunia pendidikan tentulah perguruan tinggi yang mampu mengedepankan kualitas keunggulannya yang bercermin pada kualitas lembaga pendidikan

¹⁰⁸Ike Devi Sulistyanyngtyas, *Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi* (Jogjakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2007) hal. 132

¹⁰⁹ Asmaun sahlam, *Religiusitas Perguruan Tinggi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012) hal.13

¹¹⁰ Fathul Jannah, *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam...* Hal. 18

dalam pengelolaan, manajemen, fasilitas lulusan yang berkualitas tinggi dalam pendidikan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Lena Satlita yaitu Dengan demikian, perguruan tinggi yang unggul adalah perguruan tinggi yang mampu mengelola hubungan dengan stakeholder nya yang meliputi mahasiswa, dosen, staf administrasi, alumni, masyarakat, pemerintah, media pers, orang tua mahasiswa, dll, sehingga melalui hubungan yang baik dan strategis itu dapat mencapai tujuan perguruan tinggi secara realistis.¹¹¹

C. Manajemen humas dalam perspektif Islam

Manajemen humas pada perguruan tinggi agama islam harus dilandasi dengan nilai-nilai keislaman, maka ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan yaitu; *Pertama*, prinsip kemanfaatan; yaitu informasi yang diberikan perguruan tinggi haruslah yang mendukung nilai manfaat, bukan sekedar propaganda. *Kedua*, prinsip kejujuran; yaitu informasi yang diberikan kepada masyarakat harusnya apa adanya tidak mendukung unsur kebohongan yang dibungkus dalam wujud promosi atau propaganda. *Ketiga*, prinsip kehalalan/keridhaan; yaitu informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak ada unsur memaksa atau merugikan diantara salah satu pihak, dimana kedua belah pihak saling ridha.¹¹²

Menurut Mulyono dalam Jurnal Teknik Manajemen Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam menyatakan bahwa dalam khazanah Islam kata

¹¹¹ Lena Satlita, jurnal: *Manajemen Kehumasan Perguruan Tinggi*, hal. 4

¹¹² Mulyono, Jurnal *Teknik Manajemen Humas dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*, hal. 40

“humas” memang jarang terpakai baik dalam bahasa tulisan maupun lisan. Namun ada dua kata yang memiliki makna yang sama yaitu “habl” yang artinya “tali atau hubungan” atau “silaturahmi” yang artinya “menyambung persaudaraan” yang sering digunakan dalam bahasa khazanah keislaman. Penggunaan kata habl ini sebagaimana firman Allah:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ.....

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka menjalin hubungan kepada (agama) Allah dan menjalin hubungan terhadap sesama manusia, ...
(QS. Ali Imran [3]: 112).¹¹³

Dalam konsep Islam kerjasama antar individu maupun lembaga yang dapat membentuk ukhuwah Islamiyah (QS.49:10, 8:1) dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) Ta’aruf (saling mengenal) تعارف; yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. (2) Tafahum (saling memahami) تفاهم; yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati (QS. 8:60), dan menyatukan pemikiran serta menyatukan amal. (3) Tarahum (saling mengasihi) تراحم; yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran. (QS. 1:1-3, 2:112). (4) Tasyawur (saling bermusyawarah) تتشاور;

¹¹³ Al Qur’an dan Tarjemahnya (Madinah: Khadim al-Hramain, 1977),hal. 94.

yaitu saling bermusyawarah/berdiskusi dalam mengambil kemufakatan bersama dalam melakukan suatu tindakan (QS. 3: 159). (5) Ta'awun (saling kerjasama) تعاون ; yaitu melaksanakan proses saling menolong (QS.5:2), secara hati (saling mendoakan), secara pemikiran (berembug, berdiskusi dan menasehati) serta berwujud dalam bentuk amal shaleh (bantu membantu). (6) Takaful (saling menanggung) تكافل ; yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah terjadinya proses ta'awun dengan bentuk: hati saling menyatu dan saling percaya.

Dari keenam proses tersebut sehingga muncul kerjasama yang saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan, pembentukan lembaga dan organisasi dalam berbagai level dengan bidang garapan masing-masing serta kesatuan umat.¹¹⁴

Dalam redaksi lain juga disebutkan tentang kaidah-kaidah humas bahwasanya manajemen humas pada pengelola lembaga pendidikan Islam haruslah dilandasi dengan nilai-nilai keislaman, maka ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan, disamping yang sudah dijelaskan diatas yaitu: *Pertama*, prinsip kemanfaatan. *Kedua*, prinsip kejujuran. *Ketiga*, prinsip kehalalan/keridhaan.

Memaknai manajemen secara sederhana dapat diartikan dengan pengelolaan atau pengaturan. Menurut Ramayulis kata pengaturan sama dengan *al-tadbir* (pengaturan) dalam bahasa arab/Islam.¹¹⁵ Kata ini

¹¹⁴ Mulyono, *Jurnal Teknik Manajemen Humas dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*,hal. 170

¹¹⁵ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2010), hal. 261.

merupakan derivasi dari kata *dabbara* (mengatur) yang banyak terdapat di dalam ayat-ayat al-Qur'an seperti firman Allah berikut ini:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ

مَقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ (السجدة : ٥)

Artinya: Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya¹¹⁶ dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu. (QS Al-Sajadah:5)¹¹⁷

Dan juga ayat berikut:

قُلْ مَنْ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَمَّنْ يَمْلِكُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَمَنْ

تُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَيِّتِ وَتُخْرِجُ الْمَيِّتَ مِنَ الْحَيِّ وَمَنْ يُدَبِّرُ الْأَمْرَ

فَسَيَقُولُونَ اللَّهُ فَقُلْ أَفَلَا تَتَّقُونَ (يونس : ٣١)

¹¹⁶ Maksud urusan itu naik kepadanya ialah beritanya yang dibawa oleh malaikat. Di samping itu, ayat ini suatu tamsil bagi kebesaran Allah dan keagungan-Nya.

¹¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Penerbit Diponogoro, 2004), hal. 331.

Artinya: Katakanlah: "Siapakah yang memberi rezki kepadamu dari langit dan bumi, atau siapakah yang Kuasa (menciptakan) pendengaran dan penglihatan, dan siapakah yang mengeluarkan yang hidup dari yang mati dan mengeluarkan yang mati dari yang hidup¹¹⁸ dan siapakah yang mengatur segala urusan?" Maka mereka akan menjawab: "Allah". Maka Katakanlah "Mangapa kamu tidak bertakwa kepada-Nya?". (QS Yunus: 31)¹¹⁹

Dalam dua ayat di atas terdapat kata *yudabbiru al amra* yang berarti mengatur urusan. Ahmad al Syawi menafsirkan, bahwa Allah adalah pengatur alam. Keteraturan alam raya merupakan bukti kebesaran Allah SWT dalam mengelola alam ini. Namun karena manusia yang diciptakan Allah telah dijadikan sebagai *khalifah* di bumi, dia harus mengatur dan mengelola bumi sebaik-baiknya sebagaimana Allah mengatur alam raya.

Dalam pandangan Islam segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik dan tidak boleh dilakukan secara asal-asalan.¹²⁰ Mulai dari urusan terkecil sampai dengan urusan terbesar. Semua itu diperlukan pengaturan yang baik, tepat, dan terarah dalam bingkai sebuah manajemen agar tujuan yang hendak dicapai bisa diraih dan bisa selesai secara efisien dan efektif.

¹¹⁸ Sebagian mufassirin memberi misal untuk ayat ini dengan mengeluarkan anak ayam dari telur, dan telur dari ayam. dan dapat juga diartikan bahwa pergiliran kekuasaan diantara bangsa-bangsa dan timbul tenggelamnya sesuatu umat adalah menurut hukum Allah.

¹¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Penerbit Diponogoro, 2004), hal. 169.

¹²⁰ Imron Fauzi, *Manajemen Pendidikan Ala Rasulullah*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal.69.

Adapun pengertian *public relations*/humas pada dasarnya belum mendapat terminologi secara spesifik dalam kajian keislaman. Hal ini disebabkan bahwa *public relations* masih merupakan bangunan yang belum mendapat proporsi kajian secara menggembirakan dalam Islam, sehingga definisi *public relations* dalam Islam secara spesifik belum ditemukan. Silaturahmi merupakan kajian yang paling mendekati kajian *public relations*. Silaturahmi dalam Islam mendapat proporsi yang istimewa. Hal ini dapat dilihat dalam hadits sebagaimana berikut:

عن ابن شهاب قال أخبرني أنس بن مالك
: أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال
(من أحب أن يبسط له في رزقه وينسأ
له في أثره فليصل رحمه)

Diceritakan dari Ibn Syihab, Syihab diceritakan (dikabarkan) oleh Anas bin Malik, Rasulullah bersabda: Siapa yang ingin dilapangkan rizkinya dan dipanjangkan umurnya hendaklah dia menyambung silaturahmi.¹²¹

Berikut kaidah-kaidah humas yang terdapat dalam Al Quraan dapat diterangkan sebagai berikut:¹²²

Menggunakan perkataan yang benar, sebagaimana firman Allah:

¹²¹ Muhammad bin Ismail Abdullah al-Bukhari al-Ja'fi, *Jami ash-Shahih al-Mukhtashar*, Bab XII, Jilid V (Beirut Yamamah: Dar Ibnu Kasir, 1407 H/1987 M), hal. 2232. (No Hadits. 5640).

¹²² Ibid.,

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ

وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar. (Qs. An-Nisa:9)¹²³

Arti perkataan benar adalah sesuai dengan kriteria kebenaran untuk orang Islam. Ucapan yang benar adalah yang sesuai dengan Al-Quran, Assunnah, dan Ilmu. Al-Quran menyatakan bahwa berbicara yang benar, menyampaikan pesan yang benar, adalah prasyarat untuk kebenaran (kebaikan, kemaslahatan) amal. Bila kita ingin menyukkseskan karya kita, bila kita ingin memperbaiki masyarakat kita, maka kita harus menyebarkan pesan yang benar dengan perkataan yang lain. Hal ini berarti masyarakat menjadi rusak jika isi pesan komunikasi tidak benar. Berkomunikasi dalam Islam harus dilandasi semangat, maksud, tujuan, dan keinginan yang kuat untuk mewujudkan kebaikan bagi masyarakat, keluarga maupun orang yang diajak bicara. Ini adalah prinsip dasar berkomunikasi dalam Islam, harus berkata benar, hal-hal yang benar dan disampaikan dengan cara yang benar.

¹²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010), hal. 285

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bidgan dan Taylor bahwa pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.¹²⁴

Pada redaksi lain juga menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif berupaya menggambarkan kembali data-data yang telah terkumpul mengenai strategi manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Emzir bahwasanya didalam analisa deskriptif kita melaporkan keseluruhan aktifitas secara detail dan mendalam karena mewakili pengalaman khusus. Deskripsi ini ditulis dalam bentuk narasi untuk melengkapi gambaran menyeluruh tentang apa yang terjadi atau peristiwa yang dilaporkan.¹²⁵

Dalam pendekatan penelitian ini cenderung berdasarkan pada usaha mengungkapkan dan memformulasikan data lapangan dalam bentuk kata-kata serta menggambarkan realitas aslinya untuk kemudian data tersebut dianalisis dan diabstraksikan dalam bentuk teori sebagai tujuan final. Adapun penelitian kualitatif juga disebut dengan penelitian naturalistic, karena situasi lapangan

¹²⁴ Lexi J. Moleong, *metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) hal 4.

¹²⁵ Emzir, *metodologi penelitian pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008)hal.

penelitian bersifat natural, wajar, apa adanya, tanpa dimanipulasi dan diatur dengan eksperimen atau tes.¹²⁶

Dalam hal ini Peneliti tertarik dengan penelitian kualitatif sebab peneliti ingin mengetahui fenomena yang berkembang sebagai kesatuan yang diketahui secara utuh tanpa terikat oleh suatu variable atau hipotesis tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif analitis*, yang mana peneliti mempunyai keinginan untuk mengetahui berdasarkan data empiris dengan metode penelitian ini, tentu dapat memudahkan peneliti agar lebih dekat dengan subyek yang sedang diteliti oleh peneliti dan lebih peka terhadap pengaruh berbagai fenomena yang terjadi dilapangan.

Dengan demikian dari penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul serta mengaplikasikannya dalam tatanan internal maupun eksternal yang kemudian diambil dan digali dari berbagai sumber, baik dari peneliti maupun pihak kampus secara khusus sehingga manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh semua bagian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini adalah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar, Universitas ini memodernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor

¹²⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta: 2008), hal. 63

administrasi, perkuliahan, perpustakaan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olah raga, bussiness center, poliklinik dan tentu masjid dan ma'had yang sudah lebih dulu ada, dengan pendanaan dari Islamic Development Bank (IDB) melalui Surat Persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang atau sekarang dikenal dengan UIN Malang adalah lembaga pendidikan tinggi milik negara yang secara administratif berada dalam tanggung jawab Departemen Agama R.I. dan Departemen Pendidikan Naional (Depdiknas) dan sebagai lembaga pendidikan tinggi yang dinaungi oleh kedua departemen tersebut, maka Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang mengemban dua misi sekaligus, yakni misi keilmuan dan keagamaan (dakwah).

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, posisi peneliti menjadi instrument kunci (*The Key Instrument*)¹²⁷. Maka dari itu penggunaan validitas dan reliabilitas data kualitatif banyak tergantung pada keterampilan metodologis, kepekaan, dan integritas peneliti sendiri.¹²⁸

Kehadiran peneliti di lapangan, tidak lain merupakan syarat yang wajib dilakukan oleh peneliti kualitatif, guna untuk memperoleh data yang obyektif yang mendalam dengan mengamati sekaligus mendengar secara cermat.

¹²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R & D*, Bandung alfabeta 2008, hal.223

¹²⁸ Dede oetomo, penelitian kualitatif: aliran dan tema, dalam bagong suyanto, et all., (EDS) metode penelitian social : berbagai alternative pendekatan, Jakarta: kencana, 2007, hlm.186

Dengan demikian peneliti sebagai pengamat sangat berperan dalam kehidupan sehari-hari subyeknya pada setiap situasi yang diinginkannya untuk dapat di pahami.¹²⁹

Disamping itu, agar pengumpulan data tersebut dapat berhasil dengan baik, dalam penelitian ini peneliti berusaha menciptakan hubungan baik dan harmonis dengan para informan yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hubungan baik antara peneliti dengan subyek penelitian baik, sebelum, selama, maupun sesudah memasuki lapangan, merupakan kunci utama keberhasilan pengumpulan data. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan membantu kelancaran proses penelitian, sehingga data yang diinginkan dapat diperoleh dengan mudah dan lengkap.

Peneliti berada dilokasi penelitian pada tanggal 20 maret 2014, Peneliti disambut dengan sangat baik oleh pihak Kampus terkait rencana peneliti untuk menjadikan UIN Maliki Malang sebagai objek penelitian tugas akhir. Pada proses penelitian peneliti mendapatkan banyak kontribusi dari para informan, yangmana sangat bermanfaat dalam menyelesaikan tugas karya tulis ilmiah berupa tesis ini.

D. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jika dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sekunder.¹³⁰ Sedangkan

¹²⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal: 166

¹³⁰ Sugiyono, *Penelitian Pendidikan Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2002)hal. 308

menurut Lofland dalam Lexy J. Moleong, mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.¹³¹ Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan yang diinginkan dengan sebanyak-banyaknya dengan Informan pilihan sebagai sumber datanya yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling* atau disebut juga dengan pengambilan subyek bukan didasarkan atas strata, rondon, atau daerah akan tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu¹³².

Adapun prosedurnya ialah dengan mempertimbangkan siapa yang dipandang paling mengetahui terhadap masalah yang sedang dikaji (informan kunci). Dalam penelitian ini, informan ditetapkan sebagai berikut: a) Rektor UIN Maliki Malang, b) Pembantu rektor, c) Kasubag Humas, d) Dosen, e) Karyawan, f) Mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah pengumpulan data adalah sesuatu yang sangat penting untuk mendapatkan data yang valid dalam rangka menjawab semua persoalan yang terkait dengan masalah penelitian yang dilakukan. Karena itulah proses pengumpulan data ini merupakan hal yang sangat *esensial*

¹³¹ Lexi. J Moleong, *Metode Penelitian*,.....hal. 157

¹³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), hal.140.

yang dilakukan oleh peneliti karena pengumpulan data dalam penelitian kualitatif instrument utama adalah peneliti sendiri (human instrumen).¹³³

Pada redaksi lain juga menyebutkan bahwa teknik pengumpulan data merupakan hal yang paling utama dalam, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹³⁴ Adapun Dalam penelitian pengumpulan data menggunakan tiga metode yaitu:

1. Wawancara mendalam (*Indeep Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.¹³⁵ atau dengan kata lain wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pernyataan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.¹³⁶

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode interview bebas terpimpin artinya dalam melakukan interview membawa pedoman yang berisi hal-hal yang akan ditanyakan hingga wawancara tersebut tidak menyimpang dari tujuan semula dan data yang diinginkan oleh peneliti dapat diperoleh.¹³⁷

¹³³ M. Djunaidi Ghoni & Fauzan al Mansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Arruz Media, 2012) cet.1 hal.163

¹³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R & D....*, hal. 308

¹³⁵ Lexi. J Moleong, *Metode Penelitian*,.....hal. 186

¹³⁶ Amrul hadi, Haryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: pustaka setia, 1998), hal. 13.

¹³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rieneka cipta, 1998), hal.145.

Metode interview ini sengaja peneliti gunakan untuk memperoleh data tentang:

- a. Strategi manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul
- b. Perencanaan manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul serta mengevaluasinya
- c. Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun PTAI yang unggul
- d. Melihat dampak yang terjadi setelah strategi diterapkan

2. Observasi

Observasi ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sistematis dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diamati.¹³⁸ Dalam redaksi lain juga menyebutkan bahwa pengamatan merupakan sebuah teknik data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.¹³⁹

Metode ini sangat penting dilakukan guna memberi hasil yang objektif dari penelitian kualitatif dalam melakukan observasi, peneliti merekam dengan cara semi struktur dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang diketahui oleh peneliti kepada informan mengenai objek penelitian. Peneliti juga mencatat aktivitas-aktivitas dan hal-hal lain yang berhubungan dengan objek penelitian dilokasi penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipatif. Karena peneliti akan berbaur langsung dengan objek yang akan

¹³⁸ Margono, *Metode penelitian kualitatif*, hal. 136

¹³⁹ Djunaidi Ghoni, *Metode penelitian kualitatif*. hal.165

diteliti sebagai sumber data, hal ini dimaksudkan agar peneliti bisa mendapatkan data yang valid, lengkap, dan tajam. Sehingga peneliti bisa sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang Nampak. Oleh sebab itu peneliti dalam melakukan pengumpulan data suasananya akan terlihat natural.

Adapun data yang didapatkan oleh peneliti antara lain adalah

- a. Kondisi UIN Maliki Malang mulai dari situasi lingkungan sampai dengan manajemen kehumasan dalam membangun PTAI yang unggul
- b. Mengetahui berbagai keunggulan UIN Maliki Malang

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁴⁰ Dokumentasi akan bernilai sangat penting apabila di dalamnya terdapat dokumen yang tertulis, agar bisa disesuaikan dengan kondisi riil dilapangan. Metode ini juga menjadi faktor utama yang mendukung penyempurnaan data yang telah di dapat dari proses wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

Sedangkan Menurut Lofland, sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan, dan selebihnya adalah tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain.¹⁴¹ Metode ini sangat dibutuhkan oleh peneliti untuk meneliti arsip-arsip perguruan tinggi dan

¹⁴⁰ Sugiyono, *Penelitian Pendidikan.....*hal. 329

¹⁴¹ Lexy Moleong, *Metode Penelitian....*, hal. 157.

juga program-program perguruan tinggi akan lebih mudah diperoleh. Data ini untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Adapun dokumen yang dikumpulkan peneliti antara lain adalah:

- a. Program-program humas di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- b. Dokumen kegiatan humas di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- c. Dokumen borang akreditasi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- d. Dokumen Evaluasi diri universitas di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- e. Dokumen pendukung borang UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- f. Dokumen kerjasama yang dijalin oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang baik secara regional maupun internasional.

F. Informan Penelitian

Dalam pengumpulan data, peneliti menentukan beberapa informan berdasarkan kriteria yang dikemukakan *spredly* yang dikutip oleh Arifin Imron sebagai berikut: 1) Informan merupakan orang yang cukup lama menyatu dengan kegiatan yang sedang diteliti, 2) Informan masih berstatus aktif secara penuh selama proses penelitian berlangsung, 3) Informan benar-benar mempunyai cukup banyak waktu pada topic yang sedang diteliti, 4) Informan cenderung tidak dipersiapkan dalam wawancara, 5) Informan masih merasa asing dengan peneliti.¹⁴²

¹⁴² Arifin Imron, *Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan dan Keagamaan* (Malang: Kalimassahadah Press, 1996) hal. 27

Informan penting dalam penelitian ini adalah rektor yaitu Prof. Dr. Mudjia Rahardjo, M.Si dan juga pembantu rektor Dr. Zainuddin, MA, Rektor selain mengetahui banyak hal mengenai Universitas yang dipimpinnya juga merupakan penggerak dari sukses tidaknya program humas yang direncanakan serta dikuatkan dengan para informan pendukung yaitu karyawan, dosen dan mahasiswa.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* (secara sengaja) sejalan dengan keberadaan para individu yang akan dikaji.¹⁴³

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah salah satu rangkaian dasar yang dikerjakan setelah memperoleh data berupa informasi-informasi penting melalui beberapa teknik pengumpulan data sebagaimana dijelaskan diatas, kemudian hal ini dilakukan untuk menyempitkan dan membatasi temuan-temuan sehingga menjadi suatu data yang teratur dan akurat seperti yang dikemukakan oleh Baqdam dan Biklen dalam buku penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut:

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.¹⁴⁴

Sebagaimana dikemukakan di atas bahwa penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis diskriptif. Metode

¹⁴³ A. Fatchan, *10 langkah Penelitian Kualitatif pendekatan konstruksi dan fenomenologi Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: UM Press, 2013), hal. 129

¹⁴⁴ Lexi J Moleong, *Metodologi.....*, hal. 248.

deskriptif menurut Moh. Nazir ialah suatu metode dalam meneliti status, kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang¹⁴⁵

Format penelitian deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar dipermukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam dan demikian bahwa kedalaman data yang menjadi pertimbangan penelitian model ini. Karena itu penelitian ini bersifat mendalam dan “menusuk” sasaran penelitian. Tentunya untuk mencapai maksud ini peneliti membutuhkan waktu yang relative lama.¹⁴⁶

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan.¹⁴⁷ Milles dan Huberman menganggap bahwa analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.¹⁴⁸

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan

¹⁴⁵ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Gralia Indonesia, 1999), hal. 63.

¹⁴⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: fajar interpratama offset, 2012) hal. 68.

¹⁴⁷ Sugiyono, *Penelitian Pendidikan* ,..... hal. 336.

¹⁴⁸ Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UIP, 2012) hal.16.

mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

Data-data yang telah penulis peroleh mengenai strategi membangun citra PTAIN baik berupa wawancara, catatan lapangan, dan kemudian direduksi apabila memiliki kesamaan. Dengan demikian data-data tersebut dikelompokkan yang kemudian disusun secara sistematis sehingga memudahkan bagi peneliti untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya.

2. Penyajian data

Alur selanjutnya dari kegiatan analisis data adalah penyajian data. Yang dimaksud penyajian data menurut Milles dan Huberman adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.¹⁴⁹

Dari hasil reduksi data dari beberapa sumber yang telah penulis peroleh tersebut kemudian peneliti sajikan dalam bentuk data naratif yang mendeskripsikan mengenai strategi humas dalam membangun PTAI unggul.

3. Kesimpulan/verifikasi data

Tahapan selanjutnya dari analisis data adalah kesimpulan/verifikasi data, menurut Miles dan Huberman verifikasi data hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh.¹⁵⁰ Kesimpulan dalam penelitian ini tentulah dapat digunakan untuk menjawab persoalan-persoalan yang sudah dirumuskan sejak awal.

¹⁴⁹ Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif.....*, hal.17

¹⁵⁰ Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif.....* hal. 19

H. Teknik Pengecekan Keabsahan Temuan

Validasi data untuk pengujian tingkat validasi data yang diperoleh di lapangan dilakukang menggunakan triangulasi data. Menurut Lexy J. Moleong triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain¹⁵¹. Kemudian Danzim, dalam Moleong, membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan data yaitu memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori¹⁵².

Namun dalam penelitian ini validasi data penelitian menggunakan triangulasi sumber yaitu pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda¹⁵³. Sebagai contoh misalkan data yang diperoleh dari salah satu asman humas dengan data yang diperoleh dari karyawan di cross check atau diperiksa secara silang sehingga dapat memperoleh data yang valid dari berbagai sumber yang berbeda.

Tahapan ini merupakan tahapan yang penting dalam penelitian, dikarenakan dari beberapa data yang peneliti dapatkan dari beberapa informan dan sumber bisa saja tidak sama maka diperlukanlah pengecekan keabsahan temuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar sesuai dengan kenyataannya.

Dalam tahapan ini ada beberapa teknik yang bisa dilakukan oleh peneliti, namun dalam penelitian ini tidak semua teknik yang peneliti gunakan.

Sedangkan yang peneliti gunakan antara lain:

¹⁵¹ Lexi J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*....hal. 330

¹⁵² Lexi J Moleong *Metode Penelitian Kualitatif*....hal. 330

¹⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R & D.*, hal. 274.

1. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.¹⁵⁴ Peneliti dituntut untuk terjun kelokasi dalam waktu yang cukup lama yang berguna untuk mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data.

Selain hal tersebut teknik ini juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan para subyek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi¹⁵⁵, sebagai berikut:

- a. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.
- b. Triangulasi metode, yaitu membandingkan penggunaan metode yang berbeda dan kemudian mengkaji kembali metode yang berbeda tersebut.

¹⁵⁴ Mathew B Milles n hubberman *Analisis Data Kualitatif*. hal. 34

¹⁵⁵ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...* hal. 330

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004. Bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah Departemen Agama, dibentuklah Panitia Pendirian IAIN Cabang Surabaya melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 17 Tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syari'ah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan diresmikan bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 Oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Dalam perkembangannya, ketiga fakultas cabang tersebut digabung dan secara struktural berada di bawah naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel yang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 20 tahun 1965. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah Malang merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Ampel. Melalui Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, pada pertengahan 1997 Fakultas Tarbiyah Malang IAIN Sunan Ampel beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri

(STAIN) Malang bersamaan dengan perubahan status kelembagaan semua fakultas cabang di lingkungan IAIN se-Indonesia yang berjumlah 33 buah. Dengan demikian, sejak saat itu pula STAIN Malang merupakan lembaga pendidikan tinggi Islam otonom yang lepas dari IAIN Sunan Ampel.

Di dalam rencana strategis pengembangannya sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis Pengembangan STAIN Malang Sepuluh Tahun ke Depan (1998/1999-2008/2009), pada paruh kedua waktu periode pengembangannya STAIN Malang mencanangkan mengubah status kelembagaannya menjadi universitas. Melalui upaya yang sungguh-sungguh usulan menjadi universitas disetujui Presiden melalui Surat Keputusan Presiden RI No. 50, tanggal 21 Juni 2004 dan diresmikan oleh Menko Kesra Prof. H. A. Malik Fadjar, M.Sc atas nama Presiden pada 8 Oktober 2004 dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan tugas utamanya adalah menyelenggarakan program pendidikan tinggi bidang ilmu agama Islam dan bidang ilmu umum. Dengan demikian, 21 Juni 2004 dijadikan sebagai hari kelahiran Universitas ini.

Sempat bernama Universitas Islam Indonesia-Sudan (UIIS) sebagai implementasi kerjasama antara pemerintah Indonesia dan Sudan dan diresmikan oleh Wakil Presiden RI, Dr. (Hc) H. Hamzah Haz pada 21 Juli 2002 yang juga dihadiri oleh para pejabat tinggi pemerintah Sudan. Secara spesifik akademik, Universitas ini mengembangkan ilmu pengetahuan tidak saja bersumber dari metode-metode ilmiah melalui penalaran logis seperti observasi, eksperimentasi, survei, wawancara, dan sebagainya. Tetapi, juga

dari al-Qur'an dan Hadits yang selanjutnya disebut paradigma integrasi. Oleh karena itu, posisi matakuliah studi keislaman: al-Qur'an, Hadits, dan Fiqih menjadi sangat sentral dalam kerangka integrasi keilmuan tersebut.

Secara kelembagaan, sampai saat ini Universitas ini memiliki 6 (enam) fakultas dan 1 (satu) Program Pascasarjana, yaitu: (1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, menyelenggarakan Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI), Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), (2) Fakultas Syari'ah, menyelenggarakan Jurusan al-Ahwal al-Syakhshiyah dan Hukum Bisnis Syari'ah (3) Fakultas Humaniora, menyelenggarakan Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, dan Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, dan Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (4) Fakultas Ekonomi, menyelenggarakan Jurusan Manajemen, Akuntansi, Diploma III Perbankan Syariah, dan S-1 Perbankan Syariah (5) Fakultas Psikologi, dan (6) Fakultas Sains dan Teknologi, menyelenggarakan Jurusan Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Teknik Informatika, Teknik Arsitektur dan Farmasi. Adapun Program Pascasarjana mengembangkan 6 (enam) program studi magister, yaitu: (1) Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, (2) Program Magister Pendidikan Bahasa Arab, (3) Program Magister Agama Islam, (4) Program Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), (5) Program Magister Pendidikan Agama Islam, dan (6) Program Magister al-Ahwal al-Syakhshiyah. Sedangkan untuk program doktor dikembangkan 2 (dua) program yaitu (1) Program Doktor Manajemen Pendidikan Islam dan (2) Program Doktor Pendidikan Bahasa Arab.

Ciri khusus lain Universitas ini sebagai implikasi dari model pengembangan keilmuannya adalah keharusan bagi seluruh anggota sivitas akademika untuk menguasai bahasa Arab dan bahasa Inggris. Melalui bahasa Arab, diharapkan mereka mampu melakukan kajian Islam melalui sumber aslinya, yaitu al-Qur'an dan Hadis, dan melalui bahasa Inggris mereka diharapkan mampu mengkaji ilmu-ilmu umum dan modern, selain sebagai piranti komunikasi global. Karena itu pula, Universitas ini disebut bilingual university. Untuk mencapai maksud tersebut, dikembangkan ma'had atau pesantren kampus di mana seluruh mahasiswa tahun pertama harus tinggal di ma'had. Karena itu, pendidikan di Universitas ini merupakan sintesis antara tradisi universitas dan ma'had atau pesantren.

Melalui model pendidikan semacam itu, diharapkan akan lahir lulusan yang berpredikat ulama yang intelek profesional dan/atau intelek profesional yang ulama. Ciri utama sosok lulusan demikian adalah tidak saja menguasai disiplin ilmu masing-masing sesuai pilihannya, tetapi juga menguasai al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran Islam.

Terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar, Universitas ini memodernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olah raga, bussiness center, poliklinik dan tentu masjid dan ma'had yang sudah lebih dulu ada, dengan pendanaan dari Islamic Development Bank (IDB) melalui Surat Persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

Pada tanggal 27 Januari 2009, Presiden Republik Indonesia Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono berkenan memberikan nama Universitas ini dengan nama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Mengingat nama tersebut cukup panjang diucapkan, maka pada pidato dies natalis ke-4, Rektor menyampaikan singkatan nama Universitas ini menjadi UIN Maliki Malang.

Dengan performansi fisik yang megah dan modern dan tekad, semangat, serta komitmen yang kuat dari seluruh anggota sivitas akademika seraya memohon ridha dan petunjuk Allah swt, Universitas ini bercita-cita menjadi *the center of excellence* dan *the center of Islamic civilization* sebagai langkah mengimplementasikan ajaran Islam sebagai rahmat bagi semesta alam (*al Islam rahmat li al-alamin*).¹⁵⁶

B. Paparan Data Penelitian

1. Perencanaan Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang

Program perencanaan merupakan hal yang sangat penting untuk disusun, tanpa adanya program kerja humas yang terencana dengan baik, divisi humas akan bekerja berdasarkan naluri atau insting saja (tidak terukur dan terarah), akibatnya akan mudah kehilangan arah, gampang tergoda mengerjakan hal-hal baru, sementara tanggung jawab yang sesungguhnya belum diselesaikan.

¹⁵⁶ Dokumen profil UIN Maliki Malang

Adapun paparan data penelitian yang menunjukkan adanya perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul diawali dengan mencari jati diri yang dieksplor dari sumber Islam yaitu al-Qur'an, namun sebelum terbentuknya sebuah perencanaan UIN Malang melakukan *Research* terlebih dahulu guna menemukan fakta, penemuan fakta (*fact finding*) ini dilakukan sebagaimana pernyataan sebagai berikut:

“Sebelum membuat suatu perencanaan, perencanaan apapun itu tentu harus melihat kondisi, kesiapan dan macam-macam, perencanaan juga dapat terbentuk dari hasil evaluasi program yang telah lalu atau sedang berjalan, atas dasar itulah sebuah perencanaan itu ada, dan bentuk dari perencanaan itu sendiri merupakan pengejawantahan dari cita-cita luhur UIN Maliki Malang”. (Data wawancara).¹⁵⁷

Beliau juga menambahkan kembali mengenai cakupan program humas sebagai berikut:

Program humas yang ada mencakup rencana strategik dan program kerja (operasional). Namun demikian, tidak jarang program yang sudah tersusun ketika di lapangan mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan. (data wawancara).¹⁵⁸

Dalam hal ini upaya untuk menemukan fakta-fakta (*fact finding*) maka perlulah diadakannya studi banding untuk melihat serta mencari inspirasi untuk menemukan ide serta gagasan sebagai wacana dalam membentuk universitas yang unggul salah satunya adalah diadakannya studi

¹⁵⁷ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 20, Maret 2014

¹⁵⁸ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 20, Maret 2014

banding pada universitas maju. Sebagaimana dapat dipaparkan sebagai berikut:

Memang sebelum UIN Maliki Malang bisa menjadi seperti sekarang ini, pada proses pengembangannya diawali dengan mengadakan studi banding pada universitas-universitas maju di Indonesia. Yang materinya kemudian menjadi bahan rujukan bagi universitas, mengambil hal-hal yang sekiranya cocok untuk kita kembangkan di universitas kita, adopted lalu kita coba jalankan. (Data wawancara).¹⁵⁹

Adapun mengenai analisis lingkungan dalam rangka penemuan fakta sebelum terbentuknya perencanaan dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Analisis Lingkungan

Adapun data Analisis lingkungan dilakukan untuk melihat keadaan disekitar civitas akademika sebagai pertimbangan dalam melakukan perencanaan, hal ini sebagaimana dipaparkan oleh waka kehumasan bapak Sutaman berikut:

Sebagai acuan dasar, analisis lingkungan itu di dasari dengan(1) Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan social, (2) Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi. (3) Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan kebutuhan. (4) menyajikan berbagai informasi kepada setiap yang membutuhkan. (5) Menyempurnakan segala macam informasi (data wawancara).¹⁶⁰

Paparan diatas diperkuat oleh dokumentasi yang juga menjelaskan tentang analisis lingkungan sebelum terbentuknya sebuah perencanaan sebagai berikut:

¹⁵⁹ Hasil wawancara dengan dosen FITK Dr. H. Mulyono, MA pada tanggal 23, Maret 2014

¹⁶⁰ UIN Malang, *Konsep Pendidikan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, Tarbiyah Uli Al-Albab: Dzikir, Fikr Dan Amal Shaleh*. Malang: UIN Malang, 2009 hal. 20

Islam memiliki lima misi dasar yaitu; (1) menjadikan umat kaya ilmu pengetahuan. Hal itu bisa dipahami dari ayat pertama kali yang diturunkan oleh Allah SWT adalah perintah membaca dan mengingatkan tentang pentingnya mencipta. Kedua hal itu, membaca dan mencipta, adalah kunci keberhasilan hidup, (2) menjadikan manusia berkualitas unggul dengan indikator, yaitu (a) mengenal Tuhannya (bertauhid), (b) bisa dipercaya atau memiliki *trust*, (c) selalu membersihkan pikiran, hati dan raganya atau *tazkiyatun nafs*, (d) selalu berpikir dan berbuat hingga di luar kepentingan dirinya sendiri; (3) membangun tatanan sosial yang adil, (4) memberi tuntunan kegiatan ritual untuk memperkokoh spiritual dan (5) beramal shaleh atau dalam bahasa kontemporeranya adalah agar bekerja secara professional (Suprayogo, 2012). (data dokumentasi).¹⁶¹

Data ini menegaskan bahwa dalam menganalisis suatu lingkungan yang harus dilakukan adalah “membaca”, membaca ini dimaksudkan agar sebagai partisi kehumasan mampu membaca situasi, keadaan, dan kegiatan-kegiatan yang terjadi disekitar kampus, sebagaimana hasil observasi yang peneliti lakukan dengan melihat dari agenda atau dokumentasi, proposal yang ada menunjukkan bahwa ada tindakan merefleksi apa yang akan dilakukan sebagaimana pembacaan situasi yang ada. Mendasarkan lima misi besar islam tersebut, maka

¹⁶¹ *Profil dan tantangan strategis UIN Maliki Malang*, 2013.hal . 7

UIN Maliki Malang mengembangkan prinsip-prinsip yang hal ini ditemukan pada dokumen pendukung borang universitas yaitu sebagai berikut:

(a) kesatuan upaya *dzikir, fikir, dan amal sholeh* dalam mewujudkan *Ulul Albab*, (b) ketauhidan, kesemestaan dan kejujuran ilmu dalam memandang dan mencapai kebenaran, (c) tanggung jawab dan kearifan dalam menggunakan kebebasan akademik, (d) keadaban, kemanfaatan, kebahagiaan, kemanusiaan dan kesejahteraan, (e) aktualisasi nilai-nilai islam dan falsafah pancasila dalam kehidupan akademik, (f) pendidikan diploma, sarjana dan pascasarjana yang unggul, (g) penelitian dan pelayanan kepada masyarakat yang bermutu, (h) kemandirian manajemen, transparansi, efisiensi, dan pengutamaan pada kepentingan universitas. (i) penyatuan administrative yang mendukung kemandirian akademik. (data dokumentasi).¹⁶²

Dari point data di atas dapat dipahami bahwa untuk melakukan perencanaan humas maka UIN Malang telah mengawalinya dengan melakukan *iqro* atau membaca. Ayat ini dikenal sebagai awal turunnya al-Qur'an, yakni awal surat *al-'Alaq* dan awal surat *al-Muddatstsir*, yang memberikan inspirasi bagaimana sebuah gerakan membangun lembaga yang unggul seharusnya dilakukan.

¹⁶² Dokumen Pendukung Borang, 2013 hal. 8

Pada dasarnya mengembangkan lembaga pendidikan tinggi islam haruslah mengacu pada petunjuk ayat-ayat al-Qur'an yang dimulai dari membaca (*qira'ah*), yaitu membaca kondisi internal maupun eksternal kampus, meliputi potensi, tantangan maupun peluangnya. Pemahaman terhadap hal itu semua akan melahirkan kesadaran agar berlanjut menjadi sebuah perencanaan dan juga gerakan kebangkitan dalam memperjuangkan keunggulan.

- b. Merumuskan jati diri lembaga yang unggul berupa perumusan visi, misi, *core value* dan *core believe*

Dalam melahirkan serta mencari inspirasi dan kekuatan penggerak seluruh komponen yang ada, hal ini tidak hanya selesai dari segi ini saja namun dalam hal ini pemaknaan dari kata *iqra'* dapat menjadi luas hingga terbentuknya prumusan jati diri lembaga yang unggul berupa perumusan visi, misi, *core value* dan *core believe*. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan program humas yang baik atau berkualitas dan juga sebagai penentu tujuan kegiatan/program kehumasan, menurut waka humas, beberapa dasar yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan perencanaan program humas adalah sebagaimana berikut:

(a) *Visi dan misi Universitas; (b) Hasil evaluasi program kinerja humas periode sebelumnya; (c) Analisis lingkungan. Melalui monitoring atau pemantauan hasil yang dilakukan oleh pihak Universitas selama satu tahun sebelumnya yang kemudian*

dijadikan patokan dalam perencanaan program. (data wawancara).¹⁶³

Sedangkan dalam mewujudkan jati diri lembaga ini visi misi UIN Maliki Malang merupakan dasar dari pembentukan visi humas diatas, adapun dasar dari visi tersebut adalah sebagai berikut:

Ber-iqra' (membaca) secara terus menerus untuk melahirkan inspirasi dan kekuatan penggerak seluruh komponen yang ada, dibutuhkan pula rumusan visi, misi, *core of value* dan *core of belief* secara jelas. Sejak 1998 STAIN Malang yang saat ini berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) telah berhasil merumuskan visi, misi, dan tradisinya. Rumusan ini penting artinya untuk selanjutnya dijadikan sebagai dasar menyusun strategi pengembangan yang didalamnya termasuk susunan sekala prioritasnya. Selain itu STAIN Malang telah berhasil menyusun strategi pengembangan sehingga melahirkan konsep yang disebut dengan rukun al-Jami'ah yang terdiri atas sembilan macam komponen yang meliputi: (1) sumberdaya manusia yang handal, (2) Masjid, (3) ma'had, (4) perpustakaan, (5) laboratorium, (6) ruang belajar/kuliah, (7) perkantoran sebagai pusat pelayanan, (8) asrama, (9) sumber-sumber pendanaan yang luas dan kuat. Kesembilan komponen itu, merupakan satu kesatuan utuh yang harus diadakan sebagai karakteristik perguruan tinggi Islam, yang

¹⁶³ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 20, Maret 2014

diharapkan mampu mengantarkan mahasiswa memiliki empat kekuatan sekaligus, yaitu: (1) kedalaman sepiritual (2) keagungan akhlak, (3) keluasan ilmu dan (4) kematangan profesional. Walhasil, semua usaha-usaha itu dimaksudkan sebagai upaya mendekatkan diri dan ridha Allah SWT. Konsep tersebut dilanjutkan dan dikembangkan pula oleh UIN Malang ke depan.(data dokumentasi).¹⁶⁴

Hal tersebut diatas juga ditemukan dalam dokumen pendukung borang akreditasi UIN Maliki Malang dengan paparan sebagai berikut:

Mengawali langkahnya yang jauh kedepan UIN Maliki Malang menetapkan visi, sebagaimana tertuang pada statuta tahun 2005, sebagai berikut "UIN Maliki Malang adalah sebagai lembaga pendidikan tinggi islam, melalui tri darma perguruan tinggi mampu melahirkan sarjana yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlaq, keluasan ilmu dan kematangan professional, dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang bernafaskan islamserta menjadi kekuatan penggerak masyarakat". (data dokumentasi).¹⁶⁵

Dipertegas dalam paragraph selanjutnya mengenai deskripsi dari statuta tahun 2005 yaitu sebagai berikut:

Oleh karena itu, agar visi tersebut benar-benar dapat membawa gerak perguruan tinggi dan civitas akademika menuju kemajuan

¹⁶⁴ UIN Malang, *Konsep Pendidikan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, Tarbiyah Uli Al-Albab: Dzikir, Fikr Dan Amal Shaleh*. Malang: UIN Malang, 2009 hal. 17

¹⁶⁵ Dokumen Pendukung Borang Akreditasi UIN Maliki Malang 2013, hal. ii

maka UIN Maliki Malang telah menetapkan suatu model kepemimpinan yang dibangun di atas integritas pribadi yang kuat dan keterampilan manajerial yang mampu menumbuhkan semangat perjuangan dan pengelolaan lembaga secara jujur, terpercaya, komunikatif, cerdas, dinamis dan progresif. (data dokumentasi).¹⁶⁶

Ketiga dokumentasi di atas disempurnakan kembali dalam buku evaluasi diri universitas yang dilakukan pada tahun 2013 dengan konten bahwa UIN Maliki Malang mengembangkan visi PT dengan mendasarkan pada 4 hal, yaitu; 1) filosofi UIN Maliki Malang; 2) kebutuhan dan harapan ideal stakeholder; 3) regulasi pemerintah tentang penyelenggaraan PT, dan 4) keunggulan dari nilai-nilai islam. Rumusan tersebut adalah sebagai berikut:

Menjadi universitas terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, keluhuran akhlaq, keluasan ilmu, dan pengetahuan, teknologi dan seni yang bercirikan islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat.(data dokumentasi).¹⁶⁷

Jadi jelas bahwa UIN Maliki Malang memantapkan diri dengan kokoh untuk menjadikan universitas yang mampu bersaing dimasa

¹⁶⁶ Dokumen Pendukung Borang Akreditasi UIN Maliki Malang 2013, hal. ii

¹⁶⁷ Evaluasi diri UIN Maliki Malang, 2013. Hal. 1

depan dengan menjadi universitas terkemuka dengan mengacu pada lulusan yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, keluhuran akhlaq, keluasan ilmu, dan pengetahuan, teknologi dan seni yang bercirikan islam. dalam hal ini dipertegas kembali dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Dr. H. Mulyono M.A. sebagai berikut:

Visi adalah suatu pikiran yang melampaui realitas sekarang, sesuatu yang ingin organisasi ciptakan yang belum pernah ada sebelumnya dalam sejarah visi berdirinya PTAI untuk melahirkan ulama yang intelek, atau intelek yang ulama'. Hal ini seperti di cita-citakan pendiri PTAI, seperti Moh. Hatta, M. Nasir, Kh Mudzakar dan Kh wakhid hasyim dan lain-lain. Visi besar PTAI tersebut disempurnakan oleh UIN Malang pada zaman Prof. Imam Suprayogo untuk melahirkan ulama' yang intelek professional dan atau intelek professional yang ulama' disebut juga sebagai sosok pribadi yang Ulul Albab. Visi ini ternyata sangat tepat karena sesuai dengan tuntutan jaman global seseorang ulama' yang hebat tidak hanya menguasai ilmu agama dan pengetahuan umum tapi sekaligus mengetahui teknologi utamanya ICT. Maka dari itu visi UIN Malang pada hakikatnya merupakan transformasi dari visi besar PTAI yang sudah dirintis sejak bulan juli 1945. (data wawancara).¹⁶⁸

Dari data diatas menunjukkan bahwa visi UIN Malang merupakan visi besar berdirinya PTAI di Indonesia, dalam perspektif kepemimpinan visi tersebut sangat penting, karena UIN Maliki Malang merupakan sebuah lembaga pendidikan yang di dalamnya melibatkan banyak orang dari berbagai latarbelakang sosialdan budaya, sehingga perlu disatukan dalam visi yang jelas. Namun visi yang jelas saja tidak cukup, karena meskipun banyak perguruan tinggi telah

¹⁶⁸ Hasil wawancara dengan Dr. H. Mulyono, MA pada tanggal 22, April 2014

merumuskannya, hasilnya masih tampak bervariasi, ada yang berhasil dan ada pula yang kurang berhasil, bahkan sebagian mengalami kegagalan, oleh karena itu data visi diatas di perkuat dengan data misi yaitu sebagai berikut;

Misi adalah jalan pilihan the choosen track organisasi pendidikan bagi peserta didik atau bagi pengguna khususnya bagi pesertadidik, perumusan misi adalah suatu usaha peta perjalanan organisasi. Untuk perguruan tinggi misi yang disusun tentunya membuat peta yang secara akurat menggambarkan dunia akademik yang ingin dibangunnya. Pada buku visi, misi tradisi di UIN Maliki Malang, salah satunya untuk mengantarkan mahasiswa memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan professional sudah selaras dengan visi yang dibangun. Kalau ini betul-betul dijalankan secara serius maka UIN Malang akan menghasilkan profil lulusan sebagaimana yang dicita-citakan para pendiri dan pengembang PTAI selama ini sehingga dapat dinilai, misi UIN Malang pada hakikatnya adalah misi besar berdirinya PTAI di Indonesia.(data wawancara).¹⁶⁹

Petikan mengenai misi yang di usung oleh UIN Maliki Malang selaras dengan visinya sekaligus selaras dengan cita-cita para pendiri PTAI, yaitu agar PTAI melahirkan para pemimpin nasional yang berjiwa religious, nasionalis sekaligus seorang ilmunan yang intelek. Berpijak pada cita-cita luhur UIN Maliki Malang diperkuat dengan rangkuman eksekutif yang terdapat dalam buku evaluasi diri universitas sebagai berikut:

Dari cita-cita luhur UIN Maliki Malang merapatkan barisan dan menyatukan setiap potensi yang dimiliki dalam melaksanakan rencana strategis yang telah disusun untuk masa 25 tahun

¹⁶⁹ Hasil wawancara dengan Dr. H. Mulyono, MA pada tanggal 22, April 2014

kedepan. Idealisme dan semangat perjuangan yang terus di tanamkan pada seluruh civitas akademika merupakan modal utama dalam menghadapi berbagai tantangan dan kekurangan. UIN Maliki Malang sangat menyadari bahwa tidak ada satu pun perguruan tinggi termasuk yang telah maju sekalipun yang sepi dari berbagai keterbatasan. Justru bertolak dari kesadaran inilah pimpinan universitas bersama-sama dengan keluarga besar kampus saling membangun koeksistensi untuk menjawab segala tantangan dengan mengisi setiap peluang demi mencapai idealisme perguruan tinggi islam. (data dokumentasi).¹⁷⁰

Kedua pijakan visi dan misi UIN Maliki Malang di kuatkan lagi dengan adanya *Core believe* yang didalamnya berupa keyakinan tentang kebenaran visi dan kebenaran misi atau jalan yang dipilih untuk mewujudkan visi serta pengejawantahannya kedepan, berikut paparan wawancara mengenai posisi *core believe* dalam menjalankan visi dan misi di UIN Maliki Malang.

Core believe adalah keyakinan tentang kebenaran visi dan kebenaran misi atau jalan yang dipilih untuk mewujudkan visi. Keyakinan ini diwujudkan dalam bentuk penyusunan buku-buku prdoman dan pengembangan kampus. Diawal proses pengembangan UIN Malang pada era 1998 sampai 2000 buku-buku penting yang menjadi keyakinan ini antara lain buku: 1) visi, misi dan tradisi UIN malang; 2) Tarbiyah ulul albab, dzikir, fikir dan amal sholeh; 3) rencana strategis pengembangan STAIN Malang setahun kedepan 1998/1999 sampai dengan 2008/2009; proposal pengembangan dari STAIN Malang menjadi UIN Malang (2000). Dari buku-buku yang disusun oleh tim UIN malang tersebut menjadi hand book dasar pengembangan UIN Malang,

¹⁷⁰ Evaluasi Diri Universitas UIN Maliki Malang 2013, hal. xiii

dari sinilah menjadi dasar keyakinan akan terwujudnya cita-cita besar UIN Maliki Malang yaitu menjadi centre of Islamic civilization and centre of excellence. Dengan demikian Civitas UIN Malang dalam melakukan perjalanan mewujudkan cita-cita memerlukan keyakinan bahwa visi yang akan diwujudkan mengandung kebenaran yang dirumuskan menjanjikan pengembangan dan keunggulan kedepan. (data wawancara).¹⁷¹

Ungkapan diatas menjabarkan tentang keyakinan kebenaran visi dan misi dengan yang di wujudkan dalam *hand book* pengembangan UIN Maliki Malang sebagai dasar pemikiran dan dasar pijakan untuk melakukan pengembangan kedepan. Adapun tantangan perumusan selanjutnya adalah tentang bagaimana menjunjung nilai-nilai organisasi dalam mewujudkan ketiga point diatas, yaitu sebagai berikut:

Core values adalah nilai-nilai yang di junjung tinggi oleh organisasi dalam perjalanannya mewujudkan visi. Dalam perjalanan mewujudkan visi tidak semua strategi dapat ditempuh. Untuk itu UIN Malang membutuhkan core values, yaitu nilai nilai yang dijunjung tinggi oleh civitas akademika dalam perjalanan mewujudkan visi. Core values membentuk perilaku yang diharapkan civitas kampus dalam mewujudkan visinya. Nilai-nilai yang dikembangkan UIN Malang antara lain mengagungkan asma Allah nilai perjuangan (jihad), sifat pengorbanan, kesungguhan, kedisiplinan, kerjakeras, kebersamaan dll. Dalam bentuk kegiatan, core values yang dikembangkan UIN Malang disebut sebagai tradisi kampus antara lain; kegiatan sholat berjamaah, khotmil quraan, dzikir akbar, puasa senin kamis, silaturrahim, menghargai tamu, berpakaian dan bertutur kata yang santun, tiap kegiatan diawali dengan doa, memberi bantuan, dan kedisiplinan membayar zakat profesi Lazis serta upacara-upacara rasa syukur, nikmat dll.(data wawancara).¹⁷²

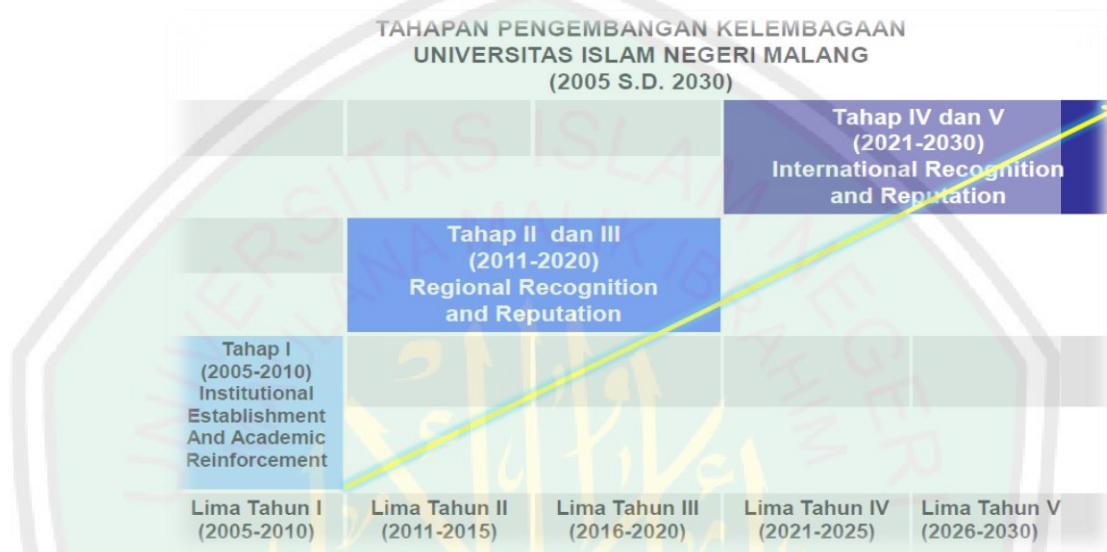
Argument mengenai *core values* dapat di deskripsikan dalam dua bentuk nilai-nilai yang berbentuk sikap dan dalam bentuk kegiatan

¹⁷¹ Hasil wawancara dengan Dr. H Mulyono, MA pada tanggal 22, April 2014

¹⁷² Hasil wawancara dengan Dr. H Mulyono, MA tanggal 22 April 2014

kampus, sehingga dari *core values* disini sebagai pondasi kuat untuk pengembangan kampus kedepan dan juga sebagai pondasi pembentukan visi bagi divisi kehumasan.

Lebih konkritnya data mengenai progress pengembangan kampus tersebut digambarkan sebagaimana bagan berikut: (data dokumentasi)¹⁷³



Gambar: 4.1 Tahapan Pengembangan Kelembagaan (2005 s.d. 2030)

Tahapan-tahapan tersebut merupakan upaya untuk menterjemahkan visi UIN Maliki Malang secara umum atau general. Melalui *road map* tersebut UIN Maliki Malang akan mengembangkan indikator-indikatornya secara bertahap dengan tetap mengacu pada visi UIN Maliki Malang. Untuk mengoperasionalkan *road map* tersebut, maka UIN Maliki Malang membuat rencana jangka panjang pengembangan 2005 – 2030.

¹⁷³ Renstra UIN Maliki Malang, 2011 hal. 28

c. Menyiapkan SDM Unggul

Dalam penyusunan program perencanaan ada banyak komponen yang harus disiapkan termasuk menunjuk orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, dalam hal ini divisi humas merujuk pada menjadikan UIN Maliki Malang sebagai universitas yang unggul maka haruslah di huni oleh orang-orang yang unggul yaitu sosok manusia *ulul al-albab* yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

Sosok manusia *ulu al-albab* adalah orang yang mengedepankan dzikir, fikr dan amal shaleh. Ia memiliki ilmu yang luas, pandangan mata yang tajam, otak yang cerdas, hati yang lembut dan semangat serta jiwa pejuang (jihad dijalan Allah) dengan sebenar-benarnya perjuangan. Ia bukan manusia sembarangan, kehadirannya di muka bumi sebagai pemimpin menegakkan yang hak dan menjauhkan kebatilan.

Uli al-Albab adalah manusia yang bertauhid. Kalimah syahadah sebagai pegangan pokoknya, *Asyhadu an la ilaha illa Allah, wa asyhadu anna Muhammad Rasul Allah*. Sebagai penyandang tauhid, ia berpandangan bahwa tidak terdapat kekuatan di muka bumi ini selain Allah. Semua makhluk manusia berposisi sama. Jika terdapat seseorang atau sekelompok/sejumlah orang dipandang lebih mulia, adalah oleh karena ia atau mereka telah menyandang ilmu, iman dan amal shleh (*taqwa*). Penyandang derajat *Ulu al-albab* tidak akan takut dan merasa rendah dihadapan siapapun sesama manusia. Kelebihan seseorang berupa kekuasaan, kekayaan, keturunan/nasab dan keindahan/kekuatan tubuh tidak menjadikannya ia lebih mulia daripada yang lain. (data dokumentasi).¹⁷⁴

Menurut dokumentasi di atas cita-cita UIN Maliki Malang untuk menjadi perguruan tinggi yang berkembang dan unggul, sudah sangat tepat, diawali dengan mempersiapkan SDM yang unggul dan

¹⁷⁴ *Ibid.*,

mendesripsikan sosok tersebut dengan pengertian yang disadur dari Al Quraan, yang disebut dengan sosok *Ulul Al-Bab*, yakni seseorang yang mengedepankan dzikir, fikr dan amal shaleh. Ia memiliki ilmu yang luas, pandangan mata yang tajam, otak yang cerdas, hati yang lembut dan semangat serta jiwa pejuang (jihad dijalan Allah) dengan sebenar-benarnya perjuangan.

Dari sinilah dapat dilihat bahwa UIN Maliki Malang pada dasarnya memiliki posisi ganda, sebab selain berkedudukan sebagai lembaga akademik sekaligus sebagai lembaga yang religius dan lembaga pemerintah (lembaga dibawah pembinaan Diktis Kemenag dan Dikti Kemendiknasbud) dalam hal ini maka di butuhkannya pemimpin yang unggul sebagaimana ditemukan oleh Mulyono, tesis 2002 sebagai berikut:

keunggulan kepemimpinan UIN Malang pada waktu kepemimpinan Prof. Imam suprayogo memiliki tiga keunggulan yaitu: 1) keunggulan kepribadian (personality); 2) keunggulan akademik dan profesional; 3) serta keunggulan sosial politik kampus dan sosial keagamaan (masyarakat).¹⁷⁵

Dari sisi lain tentu dalam menyiapkan seorang pemimpin yang unggul disinilah peran seorang *leader* dalam mengelola lembaganya yang dasarnya dalam kehumasan ini merupakan tanggung jawab seluruh *stakeholders* untuk *me-manage* setiap kegiatan, Dalam hal ini UIN Maliki Malang mensiasati bahwa tanggung jawab ini tidak semudah pelaksanaanya, yang pada akhirnya disentralisasikan kepada

¹⁷⁵ Dokumentasi Dr. H. Mulyono, MA. Tesis, 2002.

seluruh civitas akademika, hal ini dipertegas dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Humas tidak hanya menjadi tanggung jawab saya selaku leading sector kehumasan, akan tetapi humas ini merupakan kewajiban kita semua dan seluruh civitas akademika. Misalnya, kegiatan UPT, LPM dll, tugas serta kegiatannya seperti apa, itu harus di publishkan sehingga menjadi produk, dan juga menjadi sesuatu yang bisa di paparkan kepada publik. Kemudian juga tidak terkecuali seluruh unit yang ada disini. (Data wawancara).¹⁷⁶

Seorang pemimpin yang unggul tentu bisa memposisikan dirinya sebagai penggerak dan juga sebagai contoh bagi bawahannya, setiap kebijakan yang diambil pun juga bersifat atas musyawarah bersama, mengacu pada kepemimpinan yang unggul tidak akan maksimal jika tidak diikuti dengan SDM yang unggul pula.

Mengacu pada keunggulan yang di usung oleh UIN Maliki Malang sebagaimana hasil observasi yang dilakukan peneliti dalam menyimak yang telah dipaparkan oleh mantan rektor UIN Maliki Malang yaitu Prof. Imam Suprayogo sebagai berikut:

Untuk menjadikan sebuah Universitas ini Unggul maka harus di huni dengan manusia-manusia unggul yang dalam hal ini kriteria yang saya ambil dari Al Quraan dan Al hadist yaitu: 1) orang yang tau tentang dirinya sendiri, 2) orang yang bisa dipercaya, 3) orang yang membersihkan pikirannya, hatinya dan jasmaninya, 4) orang yang selalu berpikir dan berbuat tidak untuk dirinya sendiri namun juga pada orang lain, "*khoirunnas anfauhum linnas*" (sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain) coba itu dikembangkan. (data observasi).¹⁷⁷

¹⁷⁶ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 20, Maret 2014

¹⁷⁷ Pidato Prof. Imam Suprayogo, pada *seminar internasional the develop Islamic studies In Indonesia and Malaysia*. di gedung aula pascasarjana UIN Maliki Malang tanggal 15, april 2014

Paparan diatas didukung dengan hasil wawancara dengan wakil rektor sebagai berikut:

Konsep yang baik itu harus di sejalan dengan SDM yang baik pula artinya “kompeten”, yang dalam pelaksanaan nantinya akan mengacu pada prinsip “plan what will you do”, “do what you have plan”, “evaluated” and “do the best for tomorrow”.(data wawancara).¹⁷⁸

Petikan argumen diatas menggambarkan bahwa dalam menyiapkan sebuah perguruan tinggi yang unggul maka harus menyiapkan komponen pelaksana yang unggul pula, yaitu SDM sebagai penggerak menuju kearah yang telah dibentuk dalam perencanaan. Adapun dalam hal ini senada dengan yang disampaikan oleh ibu Siti Aisyah, yang kini menjabat sebagai kepala perpus fakultas psikologi, beliau telah mengabdikan kepada UIN Maliki Malang selama 27 tahun, sejak dirintis pertamakalinya hingga menjadi semegah sekarang. Ibu Siti Aisyah ini mengetahui dengan rinci perkembangan UIN Maliki Malang dari masa ke masa seiring dengan pengabdianya, berikut hasil wawancara dengan beliau:

UIN Maliki Malang bisa seperti ini rasanya seperti di sulap, kampus yang dulu memiliki sebutan SD impres, dan bayangkan saja berawal dari tahun 1961 dengan berdirinya sebuah fakultas tarbiyah cabang IAIN Sunan Ampel Surabaya, kemudian pada tahun 1997 berubah menjadi STAIN, lalu berubah lagi menjadi UIIS, dan terakhir pada 28 oktober 2004 diresmikan menjadi UIN Maliki Malang, dan kesemuanya itu terealisasi hanya dengan kegigihan dan kerjasama yang solid antar seluruh civitas akademika yang di pelopori oleh pak Imam Suprayogo, dengan benar-benar disiplin dan tegas dalam memimpin lembaga ini. Dulu saya dan teman-teman pernah disetrap gara-gara lalai dengan

¹⁷⁸ Hasil wawancara dengan Dr. H. Zainuddin, MA pada tanggal 22, April 2014

tugas saya, tapi ya begitulah cara pak imam dalam mendisiplinkan pegawai, tidak memandang siapapun itu, tentunya hal ini bertujuan agar SDM tertata serta melaksanakan tugas sesuai dengan tupoksinya, namun kesemuanya itu adalah dinamika perjalanan UIN hingga menjadi sehebat ini, dan lelahnya pun seakan terbayar, sekarang tinggal mempertahankan dan mengembangkan saja. (data wawancara).¹⁷⁹

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menyiapkan SDM yang unggul perlulah sikap disiplin yang bertujuan untuk menertibkan dan memberikan sentuhan rasa tanggung jawab terhadap karyawan dan kewajiban pada setiap pegawai agar sesuai dengan tupoksinya.

d. Menyusun jadwal pelaksanaan

Setelah melakukan, analisis lingkungan, merumuskan jati diri, mempersiapkan SDM yang unggul sebagaimana telah disebutkan diatas maka langkah selanjutnya adalah pembentukan dan perumusan kegiatan, Adapun data penelitian yang menunjukkan adanya penyusunan kegiatan divisi humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul di UIN Maliki Malang salah satunya dapat dipaparkan sebagai berikut:

Dalam penyusunan jadwal kegiatan kami melibatkan beberapa panitia yang kami anggap kompeten dalam bidangnya, dan juga dalam penunjukan panitia dan penyusunan jadwal ini tidak jarang program yang sudah disusun ketika di lapangan mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan. (data wawancara).¹⁸⁰

¹⁷⁹ Hasil wawancara dengan kepala perpustakaan fakultas psikologi ibu Hj. Siti Aisyah, tanggal 17, Juni 2014

¹⁸⁰ Hasil wawancara dengan sekretaris humas p.Muzaki, 22 april 2014

Jadwal pelaksanaan dalam sebuah kegiatan dapat berubah karena sifat dari kehumasan ini adalah penyesuaian terhadap kebutuhan masyarakat jadi mengikuti pada apa yang mudah diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini juga dijelaskan mengenai fungsi perencanaan sebagai dasar dari penyusunan jadwal kegiatan dalam dokumentasi sebagai berikut:

Perencanaan berfungsi sebagai pemandu bagi seluruh civitas akademika dalam mengarahkan dan mengerahkan sumberdaya dan upaya menuju akhir yang diharapkan (*desirable ends*). Rencana jangka panjang pengembangan UIN Maliki Malang disusun dan dikembangkan pertama kali pada tahun 2005, sehingga rencana ini disebut-disebut dengan rencana jangka panjang 2005-2030. Rencana jangka panjang 2005-2030 pada dasarnya merupakan kelanjutan dan pengembangan dari rencana strategic terdahulu. (data dokumentasi).¹⁸¹

Data diatas perlu digaris bawahi bahwa pada proses perencanaan secara umum yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang tersebut dilakuakn pertama kali pada tahun 2005, dalam proses perencanaan ini UIN Maliki Malang memandangnya sebagai pandangan kedepan dan disebut sebagai (*revision*) dan proses perencanaan ini sejalan dengan tahapan perkembangan berdasarkan rencana strategic terdahulu. Adapun perencanaan dalam sector kehumasan berikut hasil wawancara dengan kasubag humas:

Perencanaan pada kehumasan UIN Maliki Malang itu ada pada saat kampus ini berdiri/terlahir, itu secara umum, perencanaan ini tentu dalam perencanannya kita mempertimbangkan: 1) analisis

¹⁸¹ Dokumen pendukung borang, 2013 hal 15

lingkungan 2) visi dan misi universitas, 3) hasil evaluasi program humas, (data wawancara).¹⁸²

Beliau juga menambahkan bahwa dalam penyusunan jadwal pelaksanaan divisi humas ini memiliki sifat fleksibel sebagaimana keterangan lanjutan dari beliau berikut ini:

Jadwal pelaksanaan kegiatan kehumasan disini tergantung pada jadwal event kampus. Setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh pimpinan Universitas, fakultas, dosen, mahasiswa atau unit-unit lainnya, humas selalu di hadirkan. Kehadiran humas untuk menggali informasi. Informasi yang diperoleh diolah menjadi berita untuk dipublikasikan ke media sebagai bahan pencitraan lembaga juga. Dalam pembentukan perencanaan ini tentu kami sebagai pemeran kehumasan didukung dengan kebijakan rector (data wawancara).¹⁸³

Penyusunan jadwal kegiatan kehumasan ini tentu melibatkan banyak pihak yang berperan dalam pelaksanaan, penyusunan ini diawali dengan menyiapkan reporter dan fotografer yang akan digunakan sebagai bahan publikasi.

Hal tersebut diatas juga dipertegas oleh ibu Laily selaku staf dari Unit Pusat Studi Gender yang di paparkan sebagai berikut:

Memang setiap unit secara tidak langsung melaksanakan fungsi humas, seperti ketika Unit PSG ini mengadakan workshop, pihak PSG mengirimkan surat kepada pak Anwar Firdausi selaku ketua Infopub untuk disetujui mengenai peliputan kegiatan, dokumentasi dan lain-lain. Yang kemudian akan diterbitkan melalui majalah kampus gema, intinya sebagai eksistensi unit dalam melakukan kegiatan.(Data wawancara).¹⁸⁴

¹⁸² Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman. MA pada tanggal 20, Maret 2014

¹⁸³ Hasil wawancara dengan staff PSGA ibu Laily Mufarocho pada tanggal 10, Maret 2014

¹⁸⁴ Hasil wawancara dengan staff PSGA ibu Laily Mufarocho pada tanggal 10, Maret 2014

Ditambahkan pula oleh Ibu Dina selaku Bendahara UPT Universitas bahwa:

Seluruh kegiatan yang berlangsung di tiap UPT yang intinya mengandung manfaat untuk civitas akademika dan masyarakat, kegiatan-kegiatan penting seperti workshop, seminar dll, itu kami berkordinasi dengan bagian publikasi. Selain untuk kepentingan panitia penyelenggara sebagai dokumentasi juga sebagai bahan penerbitan bagi infopub. (Data Wawancara).¹⁸⁵

Dari keseluruhan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa jadwal pelaksanaan kegiatan disesuaikan dengan event yang diselenggarakan oleh kampus dan mengkordinasikannya pada pihak publishing, hal ini dilakukan dengan cara sebagaimana prosedur yang telah ditetapkan dengan mengirimkan surat kepada pihak infopub untuk dokumentasi dan peliputan sebagai bahan terbitan.

e. Menentukan target dan sasaran

Selain itu, dalam perencanaan yang dibuat oleh divisi humas juga perlu untuk menentukan target dan sasaran. Dalam hal ini UIN Maliki Malang sudah melakukan atau menentukan target dan sasaran yang ingin dicapai, baik program yang berkaitan dengan internal Universitas, juga program yang berkaitan dengan masyarakat dalam hal penyebarluasan informasi dan publikasi, sebagaimana data berikut:

“Untuk penentuan sasaran dan target yang disusun program humas, meliputi pencatatan kegiatan sektor mana saja yang akan di targetkan untuk dilakukan promosi atau publikasi, tetapi yang

¹⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bendahara UPT ibu Dina Sulistiani pada tanggal 10, maret 2014

kami susun hanya gambaran umum saja. Misalnya sebatas menyusun bahwa program humas akan melakukan kegiatan publikasi, baik secara internal maupun eksternal. (data wawancara).¹⁸⁶

Di samping itu, dalam penyusunan program kerja humas, ditentukan sasarannya siapa, tujuan programnya apa, dan menyusun beberapa strategi yang akan digunakan. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Muzakki sebagai berikut:

“Yang paling penting ketika melakukan perencanaan selain membuat program kerja, juga menentukan sasarannya siapa, tujuan programnya juga apa, dan juga strategi yang akan digunakan seperti apa. Sangat penting juga ketika melakukan perencanaan tidak hanya membuat satu strategi, karena tidak jarang ketika di lapangan strategi yang akan kami gunakan tidak maksimal. Namun demikian, penyusunan strategi biasanya kami susun dengan seksama sesuai dengan konsep yang akan diimplementasikan” (data wawancara).¹⁸⁷

Dalam hal ini Rector UIN Maliki Malang juga menambahkan bahwa dalam setiap kegiatan beliau menjadikan audience sebagai target penerima informasi mengenai keunggulan kampus ini, dengan paparan sebagai berikut:

Mengenai target dan sasaran humas meliputi banyak komponen menurut saya, saya pun juga termasuk pelaksana dalam penentu target dan sasaran humas, seperti ketika memberikan sambutan-sambutan dalam workshop, seminar atau kegiatan kegiatan akademik saya selalu menyuguhkan tampilan UIN, dan menjadikan mereka para audience sebagai target dan sasaran untuk menerima informasi keunggulan kampus ini, sebagaimana Prof. Imam juga lakukan. (data wawancara).¹⁸⁸

¹⁸⁶ Hasil wawancara dengan Kasubag Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 21, Maret 2014

¹⁸⁷ Hasil wawancara dengan sekretaris humas Bpk. Muzakki pada tanggal 21, maret 2014

¹⁸⁸ Hasil wawancara dengan Rektor UIN Maliki Malang Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si pada tanggal 20, mei 2014

Dalam wawancara selanjutnya beliau juga menambahkan

Bahwa tidak hanya masyarakat luas saja target siar informasi ini namun juga kami kenakan kepada keluarga UIN juga, kalau untuk keluarga kampus kita bisa melalui majalah kampus dan media lainnya, lebih tepatnya infopub ya yang bisa menjawab.(data wawancara).¹⁸⁹

Pernyataan Rektor pun sempat dibuktikan oleh peneliti pada saat Puncak semarak dies natalis ke 10 UIN Maliki Malang pada tanggal 21 Juni 2014 dengan mengingatkan sejarah panjang dengan penegasan bahwa tanggal 21 Juni bakal menjadi hari sacral bagi UIN Maliki Malang. Dan sangat melekat dalam memorinya bahwa ketika itu, di tandatangani prasasti perubahan lembaga yang dilakukan oleh Ibu Presiden kala itu Megawati Sukarno Putri sebagai symbol semangat nasionalisme dari keluarga besar Bung Karno. Sejarah panjang itu atas sukses “tangan dingin” Rektor sebelumnya yakni Prof. Imam Suprayogo. Dilanjutkan dengan pesan Rektor baru ini bahwa “jangan sampai melupakan sejarah, Prof. Imam ikut memberikan warna sejarah UIN Maliki”

Observasi kedua yang diikuti peneliti yaitu pada seminar internasional dengan menghadirkan gubernur Kalimantan Utara pada Kamis 26 Juni 2014, sambutan Rektor tersebut berisikan tentang sejarah UIN Maliki Malang serta kebanggannya mengenai prestasi-prestasi yang diraih dan juga rasa syukurnya terhadap perkembangan

¹⁸⁹ Hasil wawancara dengan dengan Rektor UIN Maliki Malang Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si pada tanggal 20, mei 2014

UIN Maliki Malang yang semakin baik. Hal ini merupakan sarana mengenalkan sekaligus mempromosikan keunikan dan keunggulan UIN Maliki Malang.

Dari paparan data di atas dapat dipahami bahwa dalam menyusun program humas sudah melalui tahapan serta penentuan target dan sasaran yang semestinya, guna mensinergikan antara tujuan dengan target yang ingin dicapai dari kegiatan yang terlaksana.

f. Pendanaan (*Budgeting*)

Dalam proses perencanaan hal ini tentu yang tidak bisa dielakan adalah *budgeting* (pendanaan), yakni juga sebagai dasar dari pembiayaan divisi kehumasan yang dalam hal ini dijelaskan oleh ibu dina selaku bendahara UPT yang sedikit banyak mengetahui system keuangan yang berjalan di univertitas dengan keterangan sebagai berikut:

Untuk pelaksanaan setiap kegiatan universitas itu pasti memiliki POK dengan standar kebutuhan yang telah diatur. Dalam hal ini divisi kehumasan POK nya jadi satu dengan kabag umum. (data wawancara)¹⁹⁰

Hal ini juga dipertegas oleh sekretaris kehumasan mengenai penggunaan dana dalam pelaksanaan divisi kehumasan

Pada kegiatan kehumasan hal yang juga penting adalah masalah pembiayaan, kami memiliki POK yang tergabung pada kabag umum universitas, untuk setiap pelaksanaan kegiatan humas ini pembiayaan bisa kami sebut dengan pengelolaan sebaik-baiknya

¹⁹⁰ Hasil wawancara dengan bendahara UPT ibu Dina Sulistiani pada tanggal, 18 maret 2014

segala proses keuangan, fungsi-fungsi keuangan, yakni fungsi bagaimana pihak divisi kehumasan mampu menghimpun dana (raising) melalui rencana kegiatan dan mengalokasikan (allocation of funds) dana tersebut sehingga tujuan kegiatan divisi kehumasan tercapai secara efektif dan efisien. (data wawancara).¹⁹¹

Petikan wawancara mengenai perencanaan humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, haruslah melalui sistem manajerial yang baik dan terarah. Serta dari keseluruhan paparan data diatas dapat ditemukan bahwa Perencanaan Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang meliputi: 1) Melakukan analisis lingkungan; 2) Merumuskan jati diri lembaga yang unggul berupa perumusan visi, misi, *core of value* dan *core of believe* secara jelas; 3) Menyiapkan SDM yang unggul; 4) Menyusunan kegiatan; 5) Menentukan target dan sasaran; dan yang terakhir adalah 6) Pembiayaan (*budgeting*).

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

¹⁹¹ Hasil wawancara dengan sekretaris humas pak Muzakki pada tanggal 21 maret 2014



Gambar 4.2

Perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi islam yang unggul di UIN Maliki Malang

2. Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam Yang Unggul di UIN Maliki Malang

Pada pelaksanaannya manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul, tentu mengacu pada apa yang telah direncanakan. Kegiatan kehumasan ini merupakan sarana pengenalan UIN Maliki Malang dalam menunjukkan keunikan dan keunggulan lembaga, adapun dalam pelaksanaannya memiliki beberapa tahapan Sebagaimana diawali dengan petikan wawancara berikut:

- a. Pelaksanaan sesuai dengan jadwal program

Pelaksanaan kegiatan kehumasan mengacu pada perencanaan yang telah disepakati diawal dengan data sebagai berikut:

Secara umum pelaksanaan program humas itu kami laksanakan sesuai dengan perencanaan yang kami buat. Secara garis besar program humas meliputi program yang ada di dalam universitas dan diluar universitas. (data wawancara).¹⁹²

Dalam dialog yang sama kembali di tambahkan bahwa:

“Selain melaksanakan program kerja yang sudah disusun, di sini juga terkadang menambahkan program baru ketika dibutuhkan, sifatnya kondisional sesuai dengan kebutuhan kegiatan (data wawancara).¹⁹³

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Sutaman bahwa bahwa

“Semua yang dilaksanakan dalam program humas didasarkan atas penyusunan program ketika melakukan perencanaan hanya saja kadang ada beberapa hal yang mengalami perubahan namun tidak merubah dari inti tujuan perencanaan. (data wawancara)¹⁹⁴

Hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil observasi peneliti pada kantor humas, dengan melihat agenda kehumasan menjelang penerimaan mahasiswa baru tahun angkatan 2014-2015 UIN Maliki Malang. Dalam pelaksanaan humas ini tentu banayak panitia yang dilibatkan seperti jadwal publisitas dan pemasangan baliho atau iklan di berbagai media. Mengenai kegiatan kehumasan peneliti juga sempat menemukan iklan di radio tentang kegiatan universitas, yang

¹⁹² Hasil wawancara dengan sekertaris humas pak Muzakki pada tanggal 21 maret 2014

¹⁹³ Hasil wawancara dengan sekertaris humas pak Muzakki pada tanggal 21 maret 2014

¹⁹⁴ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr.H. Sutaman, MA pada tanggal 21, maret 2014

pada saat itu bertepatan dengan acara dies natalis UIN Maliki Malang, setiap kegiatannya di promosikan di radio kencana Malang.

b. Strategi yang di gunakan

Untuk menjalankan berbagai program-program yang telah dicanangkan, divisi humas bisanya menggunakan beberapa cara agar bisa diterima oleh masyarakat luas, yaitu melalui pencitraan lembaga. Hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat luas.

Selain itu, untuk mewujudkan berbagai program yang sudah disusun oleh bagian humas, juga diperlukan cara atau strategi yang tepat agar dalam pelaksanaannya berjalan secara maksimal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh kasubag humas yaitu sebagai berikut:

“Penyusunan strategi bagian humas kami buat bersama-sama dengan staff humas, agar dalam pelaksanaannya berjalan secara maksimal dan terarah. Adapun strategi yang digunakan oleh divisi humas adalah sosialisasi, komunikasi dan publikasi.”(data wawancara).¹⁹⁵

Berdasarkan paparan di atas, dapat dipahami bahwa langkah yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang adalah melalui strategi humas yang dalam hal ini bertujuan untuk pembangunan citra lembaga yang baik di mata masyarakat luas. Pembangun citra lembaga sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan dari

¹⁹⁵ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr.H. Sutaman, MA pada tanggal 21, maret 2014

masyarakat yang tentunya juga harus didukung dengan kualitas lembaga, dan juga penyusunan strategi pelaksanaan humas yang dalam hal ini terdapat 3 tahapan yaitu:

1) Sosialisasi

Sosialisasi merupakan kegiatan mengenalkan, karena ini dalam lingkup strategi kehumasan maka yang disebut sosialisasi disini adalah proses mengenal, dan memahami. Adapun proses sosialisai ini dilaksanakan oleh pihak-pihak humas yang disebut dengan agen-agen sosialisasi (*agent of sosialization*), dalam hal ini sosialisasi yang dilakukan humas melalui bidang kerjasama yang menjadi alat untuk memperkenalkan bahkan merangkul banyak pihak agar tumbuh dan maju bersama UIN Maliki Malang, adapun pemaparan dari kegiatan sosialisasi melalui kerjasama ini adalah sebagai berikut:

Terwujudnya Universitas Islam Negeri Malang yang unggul dengan jaringan dan *partnership* yang luas dengan berbagai institusi, baik negeri maupun swasta, pada skala lokal, regional dan global. (Data dokumentasi ¹⁹⁶)

Dalam prosesnya, perwujudan universitas yang unggul dalam hal ini telah dilakukan berbagai kerjasama yang akan melibatkan banyak pihak baik internal maupun eksternal, sebagai sarana *partnersip* dan juga pengenalan kampus, adapun berbagai

¹⁹⁶ *Op Cit., Arah Kebijakan dan Dinamika Kerjasama*, hal.7

kerjasama yang tercatat dan yang sedang dilakukan saat ini adalah sebagai berikut:

Tercatat 29 Negara telah berhasil menjadi mitra UIN Maliki. Diantaranya, Jerman, Rusia, Australia, Bulgaria, Libia, dan Sudan. “dua pesan penting yang menjadi amanah Prof. Imam adalah merawat dan melanjutkan”. Sebuah amanah yang tidak mudah tapi dengan dukungan seluruh keluarga besar UIN, amanah itu harus bisa dilanjutkan dengan baik,” (data wawancara).¹⁹⁷

Data diatas diperkuat oleh hasil dokumentasi yang dapat dideskripsikan bahwa betapa pentingnya sebuah kerjasama, hal ini dituangkan dalam paparan data sebagai berikut:

Untuk mewujudkan UIN Malang sebagai suatu perguruan tinggi islam yang representatif, maka penggalangan kerjasama dengan lembaga atau perguruan tinggi lain mutlak diperlukan. Kerjasama ini akan memberi kemajuan UIN Malang sendiri maupun lembaga ataupun perguruan tinggi lainnya, apabila jalinan kerjasama yang dibentuk didasarkan atas asas saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memberi dan saling bersifat terbuka. (data dokumentasi).¹⁹⁸

Dalam borang akreditasi universitas tahun 2013 dijelaskan dengan lebih rinci, bahwa terdapat beberapa standar dalam bidang kerjasama. Adapun datanya sebagai berikut:

¹⁹⁷ Hasil wawancara dengan Rektor, Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M, Si pada tanggal 20, juni 2014 hal. 41

¹⁹⁸ *Op Cit., Arah Kebijakan dan Dinamika Kerjasama*, hal.20

Dalam rangka meningkatkan mutu akademik, penelitian, pengabdian kepada masyarakat serta pengembangan universitas secara umum, Universitas Islam Negeri (UIN) Malang mengadakan kerjasama dengan perguruan tinggi lain serta lembaga, baik dalam negeri maupun luar negeri. Kerjasama universitas dilakukan atas dasar saling menguntungkan, baik secara moril maupun materiil menurut kepentingan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. (data dokumentasi).¹⁹⁹

Jadi jelas bahwa dalam meningkatkan kualitas lembaga maka dibutuhkanlah kerjasama, kerjasama ini tentu akan memberikan kontribusi bagi kedua belah pihak dan juga sebagai sarana memperluas jaringan dan juga pengenalan kampus, adapun bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang adalah sebagai berikut:

Bentuk-bentuk Kerjasama:

(1) Kontrak manajemen, (2) Program kembar, (3) Program pemindahan kredit, (4) Tukar-menukar dosen dan mahasiswa dalam penyelenggaraan kegiatan akademik, (5) Pemanfaatan bersama sumberdaya manusia dan sarana prasarana dalam pelaksanaan kegiatan akademik, (6) Penerbitan bersama karya ilmiah, (7) Penyelenggaraan bersama seminar atau kegiatan ilmiah lain, (8) Bentuk-bentuk lain yang dianggap perlu, misalnya kerjasama pengembangan manajemen dan sistem akuntansi keuangan universitas.(data dokumentasi).²⁰⁰

¹⁹⁹ Borang akreditasi UIN Maliki Malang 2013, hal.50

²⁰⁰ *Ibid.*, hal. 50

Adapun bentuk kerjasama dalam hal lain yaitu berupa kontrak manajemen, dan kerjasama dengan pihak luar negeri dipaparkan pada dokumen selanjutnya yaitu sebagai berikut:

Kerjasama dalam bentuk kontrak manajemen, program kembaran, dan program-program pemindahan kredit dengan perguruan tinggi luar negeri hanya dapat dilaksanakan sepanjang program studi dari perguruan tinggi luar negeri tersebut telah terakreditasi di negaranya. Kerjasama universitas, khususnya kerjasama universitas dengan perguruan tinggi atau lembaga lain di luar negeri dilaksanakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketentuan teknis mengenai penyelenggaraan kerjasama universitas ditetapkan berdasarkan keputusan Rektor.(data dokumentasi).²⁰¹

Mengenai kerjasama ini, rector baru UIN Maliki Malang menegaskan dalam pidatonya yang sempat diikuti oleh peneliti pada tanggal 26 juni 2014, pada sambutannya dalam acara yang diselenggarakan di rektorat lantai 5, mengenai Kerjasama di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat guna kelancaran pembangunan di wilayah Kalimantan Utara sebagai berikut.

Tugas perguruan tinggi yaitu, pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. “Untuk pendidikan tidak terdapat masalah karena rutin kita lakukan, penelitian itu lebih pada bagaimana dosen mengembangkan ilmu pengetahuan masing-masing. Untuk pengabdian kami tidak

²⁰¹ *Ibid.*, hal. 51

bisa sendiri, pasti bekerjasama dengan pemerintah agar perguruan tinggi memerankan diri sebagai institusi publik yang tidak boleh berdiri sendiri, kita harus menjadi bagian dari masyarakat seluruhnya termasuk Provinsi Kaltara. (data observasi).²⁰²

Hal ini senada dengan argument yang dinyatakan oleh karyawan UIN Maliki Malang yang sempat mengikuti prosesi penandatanganan MoU tersebut, yaitu sebagai berikut;

Nota kesepahaman ini tentu telah mengalami penyaringan dan juga ketelitian dari para pemangku bidang kerjasama, kerjasama seperti ini akan menjadikan UIN Maliki Malang terkenal lebih luas, dan kerjasama seperti ini sudah sangat sering dilakukan oleh UIN Maliki Malang, keberlangsungan kerjasama ini akan berlangsung cukup baik dalam kurun waktu yang lama jika kedua belah pihak saling menguntungkan dan memiliki kesepahaman dalam hal ide dan kebermanfaat tentunya. (data wawancara).²⁰³

Petikan wawancara diatas juga sesuai dengan hasil observasi peneliti dalam petikan pidato mantan rector UIN Maliki Malang Prof. Imam Suprayogo, Beliau menjelaskan bahwa sebuah organisasi yang baik haruslah bermanfaat untuk organisasi yang lainnya baik dalam hal kerjasama maupun dalam hal yang

²⁰² Pidato rector Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, pada penandatanganan nota kesepaman antara UIN Maliki Malang dengan Kalimantan utara dan kuliah tamu oleh Gubernur Kaltara, pada tanggal, 26 juni 2014

²⁰³ Hasil wawancara dengan kasubag perencanaan, ibu Hanik Tasnida, S.E, pada tanggal, 26 juni 2014

lainnya, hal ini disampaikan oleh beliau pada pidatonya sebagai berikut:

Sebagaimana UIN Maliki Malang harus bisa menjadi “*khoirul jam’i anfauhum fi jam’iyah*” (organisasi yang bagus adalah yang bermanfaat bagi organisasi yang lain), lalu mari kita bangun perguruan tinggi islam yang Unggul dan berdampingan. (data observasi).²⁰⁴

Hal ini pulalah yang menjadikan UIN semakin matang dalam menterjemahkan cita-cita para pendirinya dan pejuang-pejuangnya, sekali lagi Prof. Imam Suprayogo menyatakan tentang keunggulan kampus ini pada stadium general penerimaan mahasiswa baru di gedung Pascasarjana UIN Maliki Malang sebagai berikut.

Tidak salah jika anda-anda sekalian mempercayakan kegiatan pendidikan kepada institusi kami, yang semakin hari semakin baik dan Unggul dikelasnya, sebagai wujud cita-cita bersama civitas akademika yang mencetak mahasiswa dengan lulusan yang memiliki kedalaman spiritual, keluasan ilmu, dan kematangan professional sehingga menjadikan UIN Maliki

²⁰⁴ Pidato Prof. H. Imam Suprayogo, pada seminar internasional the develop Islamic studies In Indonesia and Malaysia. di gedung pascasarjana UIN Maliki Malang, pada tanggal 15, april 2014

malang sebagai Universitas yang “Unggul, Unggul, Unggul”.(data observasi).²⁰⁵

Berbagai bentuk kerjasama ini menjadikan eksistensi dari Universitas ini tinggi, yang tentunya tidak terlepas oleh kinerja seluruh *stakeholders* yang ada dalam UIN Maliki Malang, yang secara bersama-sama mengantarkan Universitas ini layak untuk di pilih dan dibanggakan, dan untuk mempertahankan eksistensinya maka dijalinlah kerjasama-kerjasama ini dalam rangka membangun hubungan baik dengan public eksternal (masyarakat luas, konsumen pendidikan dll) juga sebagai tindakan pengenalan dan memperluas hubungan serta menambah wawasan dan relasi kerja, hal ini di tunjukkan melalui paparan data sebagai berikut:

Paparan diatas dipertegas oleh Pembantu Rektor I yaitu Dr. H. Zainuddin MA, sebagai berikut:

Kerjasama itu mutlak diperlukan, hal ini juga akan mengusung terciptanya hubungan yang baik antar organisasi dan saling menguntungkan tentunya, dan juga sebagai wahana pengenalan yang nantinya dapat disispkan keunggulan-keunggulan yang di miliki UIN Maliki Malang, jadi kerjasama ini sebagai wahana untuk memperkenalkan performa UIN Malang lebih jauh.(data wawancara).²⁰⁶

Jadi jelas bahwa untuk menjadikan UIN Maliki Malang ini sebagai Perguruan Tinggi Islam yang besar dan maju perlulah kerjasama-kerjasama dari berbagai tingkatan, hal ini di bentuk

²⁰⁵ Pidato Prof. H. Imam Suprayogo pada Stadium General penerimaan mahasiswa baru di Pascasarjana UIN Maliki Malang pada tanggal 20, septenber 2012.

²⁰⁶ Hasil wawancara dengan PR I Dr. H. Zainuddin, MA pada tanggal 22 april 2014

dengan berbagai upaya yang jelas dan konkret. Adapun bentuk kerjasama yang dilakukan UIN Maliki Malang dengan berbagai pihak diawali dengan keberhasilan penjalinan kerjasama dapat dipaparkan dalam tabel sebagai berikut: (data dokumentasi)²⁰⁷

Senada dengan yang di paparkan oleh Pak Sutaman mengenai kerjasama dengan berbagai pihak terutama dengan pihak luar negeri yang telah memberikan kesempatannya untuk berkolaborasi dengan UIN Maliki Malang dengan pernyataan sebagai berikut:

Jadi, benar mbak bahwa UIN Maliki Malang telah melakukan berbagai kerjasama dengan banyak pihak, pada awal tahun ini saja kelas ICP mengirimkan mahasiswanya untuk PPL di Singapore dan Malaysia dan mendapat apresiasi dengan baik pula, bahkan mereka sempat meminta perangkat mengajar dari kita dan mereka tertarik dengan model pembelajaran yang ada. Dan juga kami barusaja menerima kerjasama dengan universitas madinah untuk membuka program jurusan Tafsir Hadist di UIN Maliki Malang. (data wawancara).²⁰⁸

Adapun bentuk kerjasama ini jelas diatur oleh PP No 30 Tahun 1990, sebagai berikut:

Kerjasama antara perguruan tinggi/lembaga lain baik dalam maupun luar negeri telah diatur dengan jelas dalam pasal 122 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1990. Pasal tersebut memberikan legitimasi pentingnya jalinan kerjasama perguruan tinggi dalam rangka peningkatan dan pengembangan kualitas serta pengembangan institusional sebuah perguruan tinggi secara keseluruhan. (Data Dokumentasi).²⁰⁹

²⁰⁷ Borang akreditasi universitas, standar 2 UIN Maliki Malang, 2013 hal. 329-332

²⁰⁸ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 20 maret 2014

²⁰⁹ *Op Cit, Arah, Kebijakan dan Dinamika Kerjasama UIN Maliki Malang*, Hal. 6

Dipertegas dengan hasil dokumentasi bahwa setiap kerjasama haruslah dipersiapkan secara matang atau biasa kita sebut dengan pembenahan atau konsolidasi kedalam sebagaimana paparan data berikut.

Akhirnya suatu hal yang perlu diingat oleh UIN Malang bahwa dasarnya sebelum melakukan kerjasama dengan lembaga lain, baik ditingkat lokal, nasional, regional dan internasional adalah pembenahan atau konsolidasi kedalam perlu dilakukan terlebih dahulu, sehingga UIN Malang sudah memiliki persiapan yang cukup matang dalam melakukan segala kerjasamanya dengan pihak lain. (Data dokumentasi).²¹⁰

Adapun kerjasama yang dilakukan oleh Universitas yang melalui humasnya sebagai jembatan untuk mensyiarkannya kepada public (hubungan eksternal), hal ini juga bertujuan untuk menjalin hubungan internal yakni, guna menyamakan persepsi serta pengkoordinasiannya dengan para stakeholder nya, hal ini di tunjukan dengan dokumentasi berikut:

Berbagai masalah dalam bidang akademik, kelembagaan, ketenagaan dan pembiayaan yang dihadapi perguruan tinggi pada umumnya juga dapat ditanggulangi dengan baik melalui kerjasama baik antar-perguruan tinggi dan/atau lembaga , di dalam maupun luar negeri. Dengan mengacu pada otonomi pengelolaan perguruan tinggi yang intinya bahwa setiap perguruan tinggi berhak untuk meningkatkan keleluasaan dan kewenangan dalam menetapkan tujuan dan mengembangkan program masing-masing, maka perguruan tinggi dapat mengembangkan kerjasama dengan pihak lain dengan berpedoman pada visi dan misi perguruan tinggi, keterkaitan (relevansi), kegunaan, dan efisien.(data wawancara).²¹¹

²¹⁰ *Op Cit, Arah, Kebijakan dan Dinamika Kerjasama UIN Maliki Malang*, Hal. hal.24

²¹¹ Wawancara Rektor, Prof. Dr. Mudjia Rahardjo, tanggal 22 april 2014

Dalam hal kerjasama memiliki banyak sekali mnafaat, selain hubungan silaturahmi yang baik tetapi juga meningkatkan rasa solidaritas dan persaudaraan yang baik, sebagaimana di kutip dari paparan diatas bahwa berbagai masalah dalam bidang akademik, kelembagaan, ketenagaan dan pembiayaan yang dihadapi oleh setiap perguruan tinggi pada umumnya juga dapat ditanggulangi dengan baik melalui kerjasama baik antar-perguruan tinggi dan/atau lembaga, di dalam maupun luar negeri,

Adapun sasaran dari kerjasama yang sedang, telah dan akan dilakukan adalah sebagai berikut:

(1) Membangun kemitraan dengan lembaga pendidikan baik lokal, regional, maupun internasional; (2) Membangun dan memperluas jaringan kerjasama dengan lembaga-lembaga pemerintahan dan lembaga swadaya masyarakat baik lokal, nasional, maupun global; (3) Mengembangkan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan dan lembaga-lembaga profesional dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan dan pemanfaatan tenaga ahli baik lokal, nasional, maupun internasional; (4) Memperluas jaringan kerjasama dengan pondok pesantren lembaga pemasyarakatan, dan lembaga kebudayaan dan seni; (4) Membina kerjasam dengan lembaga-lembaga donor baik lokal, nasional, maupun internasional dalam rangka pengembangan pendidikan dan profesionalisme. (data dokumentasi).²¹²

Sasaran kerjasama tentu beriring dengan strategi Kerjasama yang dilakukan UIN Maliki Malang dalam membangun, mengembangkan dan memperkokoh jaringan

²¹² *Op Cit*,Arah dan Kebijakan Kerjasama. Hal. 6

kemitraan/kerjasama dengan lembaga lain adalah melalui tahapan sebagai berikut:

a. Tahap pengenalan dan penjajagan

Kerjasama yang dilakukan UIN Maliki Malang dengan lembaga-lembaga lain tidak jarang dimulai dari adanya hubungan antar individu. Dalam konteks pemasaran modern dijelaskan bahwa setiap individu yang ada dalam suatu yang ada dalam suatu perusahaan merupakan tenaga pemasaran yang potensial. Hal ini berarti segenap sivitas akademika mempunyai fungsi sebagai tenaga pemasaran disamping kedudukannya sebagai tenaga akademik, tenaga ahli, tenaga administrasi dan sebagainya. Oleh sebab itu, kedudukan dan fungsi setiap individu di UIN Maliki Malang adalah sebagai lini terdepan di dalam upaya membangun hubungan kerjasama. Melalui hubungan antar individu di harapkan akan dapat dilakukan upaya yang saling memperkenalkan keberadaan UIN Malang kepada lembaga-lembaga lain.

b. Tahap Formalisasi

Hasil pengenalan dan penjajagan tersebut dilanjutkan ketahap formalisasi setelah dirasa ada kemungkinan untuk mengadakan hubungan kerjasama diantara dua lembaga. Tahap ini bisa disebut sebagai tahap Department to Department. Formalisasi hubungan kerjasama antara dua lembaga dilakukan dengan ditandatanganinya naskah kerjasama (memorandum of understanding). Terhadap beberapa hal yang penting untuk disiapkan berkenaan dengan pelaksanaan penandatanganan naskah kerjasama ini, yaitu: (1) Persiapan pembuatan draf naskah kerjasama. Langkah ini biasanya ditangani dan dikoordinasi oleh Pembantu Rektor IV dan Bagian pelaksana kerjasama pada pihak kedua; (2) Naskah kerjasama dibuat atas kesepakatan kedua belah pihak baik yang mencakup tujuan kerjasama, ruang lingkup, pelaksanaan kegiatan, biaya dan sebagainya sesuai dengan kebutuhan kedua belah pihak. (3) Penentuan pelaksanaan kegiatan penandatanganan naskah kerjasama tersebut yang mencakup tempat dan waktu pelaksanaan. (4) Penentuan susunan acara pada saat dilangsungkan penandatanganan naskah kerja sama.

c. Tahap Aplikasi

Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan hasil kesepakatan yang telah ditandatangani kedua belah pihak. Tahapan aplikasi ini dapat dilakukan misalnya dengan pengajuan proposal kegiatan sebagaimana yang telah menjadi kesepakatan kedua belah pihak. Berkaitan dengan hal ini

terdapat beberapa hal yang penting untuk dijadikan perhatian: (1) Di dalam tahapan aplikasi kerjasama ini, pihak kampus dapat mendelegasikan pelaksanaannya kepada unit-unit pelaksanaan kegiatan sebagaimana yang tercantum di dalam naskah kerjasama.(2) Di antara kedua belah pihak dapat membentuk badan taktis dalam upaya menyukseskan pelaksanaan kegiatan yang bersangkutan termaktub di dalam naskah kerjasama. (3) Di akhir pelaksanaan kegiatan perlu untuk dibuat laporan untuk mengetahui sejauh mana tingkat efektifitas kegiatan tersebut.

d. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi bertujuan untuk menilai sejauh mana tingkat efektifitas dan keberhasilan kerjasama yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak. Evaluasi ini juga penting dilakukan dalam rangka memberikan masukan-masukan demi kelancaran kerjasama pada tahap-tahap selanjutnya. Demikian juga evaluasi ini dilakukan dalam rangka agar penentu kebijakan diantara kedua belah pihak dapat mengambil sikap apakah kerjasama yang telah dilakukan tersebut baik untuk dilanjutkan atau sebaliknya.(data dokumentasi).²¹³

Adapun keempat tahapan tersebut dilalui dengan kehati-hatian agar tercipta kerjasama dan *partnership* yang konkret seperti yang telah disinggung diatas, Tahapan ini di mulai dengan Tahap pengenalan dan penjajagan Tahap Formalisasi, Tahap Aplikasi, Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Layaknya teori sosiologi tentang kemasyarakatan yaitu *simbiosis mutualism*, kerjasama pun haruslah memiliki manfaat yaitu saling menguntungkan antara pihak satu dengan yang lain agar dapat bekerja dengan maksimal, hal ini sebagaimana data dokumentasi sebagai berikut:

²¹³ Arah, kebijakan dan Kerjasama.... Hal 14-17

Setidaknya terdapat dua manfaat langsung yang diperoleh perguruan tinggi lewat kerjasama. *Pertama*, melalui kerjasama program-program akademik yang diselenggarakan akan dapat dimantapkan secara substansial dengan mengembangkan bidang-bidang pendidikan, penelitian, perpustakaan, pengabdian kepada masyarakat, penerbitan dan lain sebagainya. *Kedua*, melalui kerjasama akan diperoleh manfaat ekonomis akibat pemanfaatan bersama berbagai sumber daya dan fasilitas yang ada. Setidak-tidaknya penggunaan sumberdaya akan lebih efektif daripada bila hanya dimanfaatkan oleh lembaga masing-masing secara individual. Semua manfaat itu pada akhirnya akan menunjang upaya yang dilakukan untuk memperbaiki pengembangan perguruan tinggi. (Data dokumentasi).²¹⁴

Dengan merujuk pada upaya yang sudah dilakukan tersebut, maka ada beberapa hal yang digariskan dalam kebijakan pimpinan dalam pelaksanaan kinerja UIN Malang,

Dari kerjasama-kerjasama tersebut munculah kebijakan pimpinan dalam pelaksanaan kinerja di UIN Maliki Malang yaitu: 1) kesanggupan menciptakan keunggulan-keunggulan tertentu (*some self excellences*); 2) upaya mengedepankan keadilan dan tanggung jawab social (*equity and social responsibillity*); 3) memberikan otonomi seluas-luasnya kepada unit dan kelembagaan yang ada; dan 4) mendorong tumbuhnya kemampuan membangun kapasitas dan kerjasama kelembagaan (*capacity building and institutional cooperation*). (data dokumentasi).²¹⁵

Serangkaian kerjasama tersebut diatas tidak akan terekspose tanpa adanya dukungan publikasi yang baik dan sesuai dengan sasaran yang telah di tentukan adapun strategi yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang ini merupakan tindakan menyelam sambil minum air yang artinya memberikan kontribusi melalui

²¹⁴ *Op Cit*, Arah, kebijakan dan Kerjasama. Hal 14-17

²¹⁵ Prof. Dr. Imam Suprayogo, *Universitas Islam Unggul*, (Malang: UIN Malang press, 2009). Hal. 145

berbagai kerjasama antar lembaga perguruan tinggi, masyarakat maupun kegiatan politik yang dalam hal ini UIN Maliki Malang menyisipkan berbagai informasi kegiatan dan pengembangan kampus kepada audience sehingga para audience juga mendapatkan dua sisi manfaat, yaitu dari kerjasama dan juga informasi pendidikan yang dimiliki oleh UIN Maliki Malang.

2) Komunikasi (Layanan Informasi Melalui Komunikasi Intrapersonal)

Media sebagai sarana publikasi cukup memberikan andil dalam menarik minat mahasiswa baru untuk mendaftar dalam melanjutkan studi di UIN Maliki Malang hal ini sebagaimana diungkap oleh saudari Ika yang dalam hal ini ia mengenal serta memilih UIN Maliki Malang berawal dari informasi intrapersonal yang mereka terima, walaupun informasi itu diperoleh dari teman dan bukan dari humas, adapun keterangannya adalah sebagai berikut:

Saya mengenal UIN Maliki Malang ini bukan dari Koran atau majalah kampus. Tapi saya tahunya dari teman yang sedang kuliah disini. Kata teman saya yang kuliah di UIN Maliki Malang ini bagus sekali, fasilitasnya lengkap sekaligus bisa nyantri. Atas pertimbangan itu jadilah saya dan juga kedua orang tua saya mendaftarkan saya kuliah dikampus ini. Setelah diterima saya merasakan berbagai fasilitas itu. (data wawancara).²¹⁶

²¹⁶ Hasil wawancara dengan Ika mahasiswa fakultas tarbiyah semester 4 UIN Maliki Malang, tanggal 21 maret 2014

Dari petikan melalui pernyataan melalui wawancara tersebut dapat dikemukakan bahwa terdapat mahasiswa yang masuk pada universitas ini berasal dari informasi melalui komunikasi interpersonal dari teman atau saudara yang mana informasi tersebut berdasarkan saran dan masukan, meskipun itu informasinya bukan diperoleh dari humas. Komunikasi yang mereka sampaikan adalah tentang berbagai fasilitas dan kemudahan jika melanjutkan pendidikan di UIN Maliki Malang.

Sebenarnya yang menyebarluaskan image baiknya universitas ini tidak hanya bagian kehumasan saja, tetapi seluruh civitas akademika mulai, dosen, karyawan, mahasiswa, alumni termasuk orang tua mahasiswa. Setelah mereka datang ke lembaga ini mengamati dari berbagai fasilitas yang tersedia cukup memuaskan, termasuk dari segi mudahnya mendapatkan layanan akademik. Nahasiswa atau public lainnya datang ke humas, dilayani dalam memberikan suatu informasi. Melalui kesan inilah kampus ini menjadi terkenal. (data wawancara).²¹⁷

Masih dalam waktu yang sama kasubag humas menambahkan dalam perbiancangan ini yaitu:

Dalam proses menyebarluaskan informasi humas selalu berusaha membangun image positif terhadap civitas akademika, mulai dari mahasiswa, dosen dan karyawan. Dengan cara menanamkan sikap dan rasa bangga kuliah di universitas ini. Ini dilakukan melalui hubungan komunikasi (human relation) setiap ada kegiatan lembaga, karena kalau ada kegiatan mahasiswa, humas diberitahu untuk publikasi. Begitu juga kemasyarakat humas harus bisa membangun komunikasi yang harmonis termasuk dengan media (media relation). (data wawancara).²¹⁸

²¹⁷ Hasil wawancara dengan sekretaris humas P. Muzaky, pada tanggal 4 juni 2014

²¹⁸ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 4 juni 2014

Pernyataan tentang menyebarluasnya informasi terkenalnya UIN Maliki Malang ini juga dibenarkan oleh Rector UIN Maliki Malang dalam pidatonya pada tanggal 21 juni 2014 pada acara puncak semarak dies natalis ke 10 UIN Maliki Malang.

Ucapan trimakasih kepada seluruh civitas akademika atas kesuksesannya dalam mengembangkan universitas ini, dengan terus bersemangat dalam membangun citra positif perguruan tinggi agama islam UIN Maliki Malang ini, dengan menyampaikannya dengan bangga kepada masyarakat luas, dan mensyiarkannya dalam informasi keunggulan kampus kita tercinta. (data observasi).²¹⁹

Dari petikan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat dikemukakan bahwa UIN Maliki Malang tidak hanya humas saja yang berperan dalam menyebarluaskan informasinya, akan tetapi, termasuk mahasiswa, dosen, karyawan, orang tua mahasiswa semua berperan dalam menyebarluaskan informasinya. Namun dalam penyebaran informasi tersebut humas selalu berusaha untuk membangun komunikasi melalui berbagai penyebaran informasi terhadap public internal maupun eksternal. Upaya yang dilakukan humas dalam menyebarluaskan informasi itu bagaimana segenap

²¹⁹ Pidato Rektor Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si pada acara puncak semarak dies natalis ke 10 UIN Maliki Malang 21 juni 2014

civitas akademiknya merasa bangga dengan lembaga yang menaunginya tersebut.

3) Publikasi

Humas UIN Maliki Malang dalam mencitrakan dirinya sebagai universitas yang unggul dilakukan dengan penyebaran informasi dari setiap kegiatan akademiknya melalui media. Adapun media yang digunakan humas dalam menyebarkan informasi kegiatan akademiknya dengan sasaran untuk public internal organisasi disebut dengan “GEMA”. Hal ini sebagaimana dipaparkan oleh reporter humas UIN Maliki Malang yaitu:

Isi dari media “Gema ” berbeda dengan informasi yang dimuat di media massa seperti koran atau website. Gema beritanya diambil dari kegiatan yang memiliki nilai berita besar misalnya ketika penyerahan penghargaan terhadap lembaga, pengukuhan guru besar, sambutan pidato pejabat Negara, menteri yang berkunjung, seminar nasional maupun internasional. Ya... pokoknya nilai beritanya menarik bagi pembaca. (Data wawancara²²⁰)

Walaupun sangat disadari bahwa perkembangan media informasi *on line* mengalami perkembangan yang luar biasa, disadari juga oleh konsep *paperless system*, namun harus diakui pula bahwa penyebaran informasi melalui media cetak tetap bertahan dan memiliki peminatnya sendiri. Sehingga media ini tetaplah digunakan sebagai metode untuk menjangkau seluruh sektor publik.

²²⁰ Hasil wawancara dengan reporter humas UIN Maliki Malang, tanggal 31 Maret 2013

Media informasi dijalankan oleh seluruh fakultas dan unit yang ada di perguruan tinggi ini. Bahkan hampir setiap jurusan serta unit kegiatan mahasiswa memiliki media cetak yang terbit secara rutin dan berkala karena memiliki segmen dan keunikan masing-masing. Adapun paparan data mengenai tabloid gema adalah sebagai berikut:

Tabloid gema merupakan “Koran kampus” yang memberikan informasi kegiatan internal Universitas, fakultas, unit, dosen, mahasiswa dan seluruh sivitas akademika di institusi ini. Tabloid ini terbit setiap 2 bulan sekali (6 kali dalam setahun). Tabloid ini merupakan media diseminasi hasil kerja universitas terkait Tri Dharma Perguruan Tinggi.(data dokumentasi).²²¹

Media informasi yang dimuat dalam media “GEMA” sebagaimana disebutkan di atas, beritanya dipilih dari nilai kegiatannya yang besar, kegiatan yang nilai beritanya besar ini sudah tentu memiliki nilai besar pula bagi pembaca terhadap kegiatan lembaga. Setelah diterbitkan setiap 2 bulan sekali (6 kali dalam setahun). Media gema ini, dibagikan kepada mahasiswa, dosen dan karyawan seluruh civitas akademika. Adapun media informasi cetak berikutnya adalah kaleidoskop yang juga diterbitkan oleh UIN Maliki Malang yaitu sebagai berikut:

Serupa dengan tabloid gema, kaleidoskop merupakan media informasi cetak universitas sebagai wujud diseminasi hasil kerja dalam rangka akuntabilitas public. Media ini terbit 1

²²¹ Borang akreditasi UIN Maliki Malang, standar 2 tahun 2013, hal .77

tahun sekali, sehingga berisi informasi-informasi unggulan dari kampus. (data dokumentasi).²²²

Kedua media informasi cetak diatas memberikan kontribusi yang penting dalam hal penyebaran informasi hasil kerja universitas. Bahkan media tersebut menjadi sarana informasi persuasive (promosi) universitas untuk memahami secara utuh dan lebih mendalam.

Berbagai berita yang telah terbit juga bisa diakses informasinya melalui website, hal ini dinyatakan dengan pernyataan sebagai berikut:

Humas di UIN Maliki Malang diberikan kewenangan mengelola website mengisi informasi dikolom berita. Setiap kegiatan civitas akademika yang diperoleh dan digali humas beritanya dimuat melalui website. Di website ini beritanya juga dapat diketahui dan dibaca siapa saja termasuk mahasiswa, dan masyarakat umum. (data wawancara).²²³

Pernyataan yang sama juga dikemukakan oleh staf Lab. PTI

(Pengelola Teknologi Informasi) fakultas Saintek bahwa:

Dalam hal ini tugas saya adalah mengorbitkan hasil kegiatan yang diselenggarakan oleh fakultas, namun dalam penulisan naskahnya kami ada tim khusus, dan sebelum berita tersebut dimuat tentu harus dibaca dulu oleh wakil dekan dan ketua lab, yang setelah itu diserahkan kepada saya untuk di munculkan pada kolom berita web fakultas. (data wawancara).²²⁴

²²² Borang akreditasi UIN Maliki Malang, standar 2 tahun 2013., hal. 77

²²³ Hasil wawancara dengan ketua Puskom Bpk. Zainal Abidin, M.Kom, pada tanggal 23, maret 2014

²²⁴ Hasil wawancara dengan staff Lab. Fakultas Saintek, Yunifa Miftachul Arif, pada tanggal 30, juni 2014

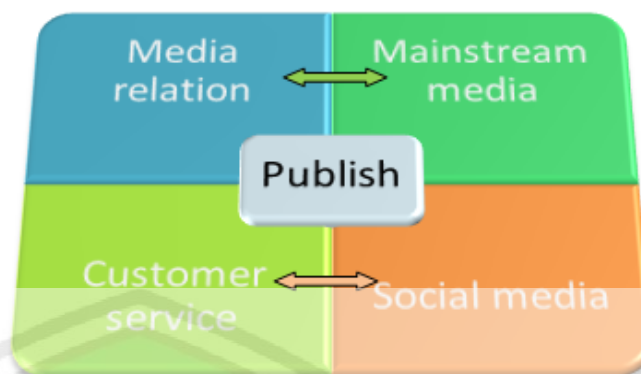
Berbagai petikan pernyataan tersebut dapat dikemukakan bahwa setiap kegiatan yang diselenggarakan civitas akademika UIN Maliki Malang jarang sekali tidak diliput oleh media, humas selalu menghadirkan media cetak atau elektronik. Kehadiran media ini adalah untuk mengakses informasi dari kegiatan yang berlangsung. Dan informasi ini akan dipublikasikan, karena media eksternal ini memiliki jangkauan yang lebih luas dalam menyebarkan informasi bila dibandingkan dengan media internal humas.

Adapun dengan adanya hubungan harmonis yang dibina antara humas dengan media masa. Hubungan baik tersebut tentunya mempermudah pihak humas dalam memuat informasi kegiatan lembaganya melalui media masa sebagaimana yang disampaikan oleh kepala humas UIN Maliki Malang sebagai berikut:

Bagi humas, media eksternal berupa media masa ini sebagai sarana utama dalam menyebarluaskan informasi. Setiap kegiatan yang diselenggarakan lembaga, humas menghadirkan media seperti jawapos, surya, radar malang dll. Humas disini punya hubungan dekat dengan media. Setiap wartawan yang berkunjung kemari ada nomor kontakannya. (data wawancara).²²⁵

Hubungan harmonis dengan media luar, dapat di gambarkan sebagai berikut:

²²⁵ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 3, april 2014



Gambar 4.3
Hubungan media dengan publishing

Dalam kesempatan yang sama beliau menambahkan:

Humas UIN Maliki Malang dalam kaitannya akses media eksternal juga menggunakan media social dalam penyebaran informasinya, yaitu melalui facebook dan twiter. (data wawancara).²²⁶

Dari pernyataan diatas dapat dikemukakan bahwa salah satu media yang digunakan humas di UIN Maliki Malang adalah media eksternal yang berupa media massa yang atau media humas eksternal dilakukan setiap ada kegiatan yang diselenggarakan oleh civitas akademiknya, yakni dilakukan dengan hubungan telepon atau surat undangan.

Pernyataan tentang menyebarluaskan informasi terkenalanya UIN Maliki malang ini juga dibenarkan oleh waka kehumasan bahwa;

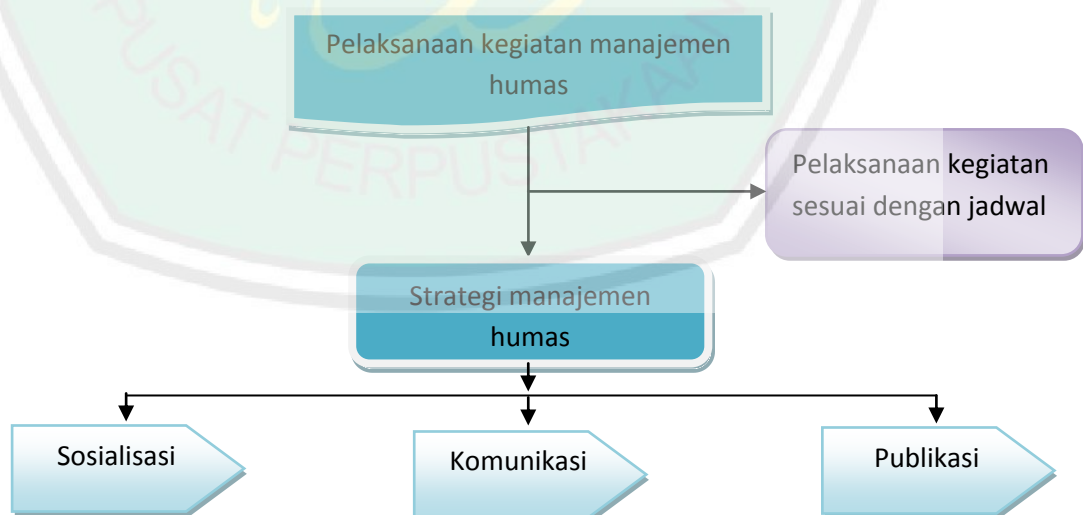
Image positif yang di miliki oleh kampus ini, terbangun dengan banyaknya mahasiswa dari dalam dan luar negeri,

²²⁶Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 3, April 2014

dalam hal ini pencitraannya tidak hanya dari spanduk yang dipasang di jalan-jalan, tidak pada baliho besar yang disandarkan ditembok kampus, tidak pada poster-poster, tetapi juga dari mulut ke mulut dalam menyampaikan keunggulan informasi ini. Mengenai keunggulan ini juga disampaikan kepada para tamu atau peserta studi banding yang datang di tiap kesempatan sebagai sarana memperkenalkan juga. (data wawancara²²⁷)

Dari paparan data diatas dapat ditemukan bahwa strategi pelaksanaan Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang antara lain yaitu; 1) Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan jadwal ; 2) Strategi yang digunakan humas (sosialisasi, komunikasi dan publikasi).

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



²²⁷ Hasil wawancara dengan sekretaris humas P. Muzaki pada tanggal 3 april 2014

Gambar 4.4

Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul di UIN Maliki Malang

3. Evaluasi Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul di UIN Maliki Malang.

Evaluasi dalam sebuah lembaga merupakan hal yang wajib, evaluasi dilakukan guna melihat sejauh mana keberhasilan dari sebuah kegiatan, adapun di UIN Maliki Malang paparan data mengenai evaluasi ini dapat dilihat sebagai berikut:

Audit internal UIN Malang merupakan proses sistematis, mandiri, dan terdokumentasi yang dilakukan oleh UIN Malang untuk memperoleh bukti obyektif dan menilainya secara obyektif untuk menentukan sejauh mana kriteria audit yang telah ditentukan telah dipenuhi. Audit internal merupakan salah satu dari empat bagian Sistem Penjaminan Mutu Internal UIN Malang. Selengkapanya empat bagian Sistem Penjaminan Mutu Internal UIN Malang terdiri dari : *Pemantauan berkelanjutan, Evaluasi oleh mahasiswa, lulusan dan pengguna, Evaluasi diri dan Audit Internal.*(data dokumentasi)²²⁸

System evaluasi ini dilakukan UIN Maliki Malang dengan beberapa tahapan dari keseluruhan kegiatan universitas, audit internal ini memiliki 4 kriteria, yaitu Pemantauan berkelanjutan, Evaluasi oleh mahasiswa,

²²⁸ Borang akreditasi UIN Maliki Malang, Standar 2 2013 hal.93

lulusan dan pengguna, Evaluasi diri dan Audit Internal. Adapun rangkaian evaluasi divisi kehumasan adalah sebagai berikut.

a. Persiapam evaluasi

Dalam setiap kegiatan untuk melihat sejauhmana kegiatan terlaksana, baik dan buruknya dapat dilihat pada proses evaluasi sekaligus sebagai penentu arah kebijakan serta perencanaan selanjutnya. Hal ini sesuai dengan pemaparan sebagai berikut:

Evaluasi bertujuan untuk menilai sejauhmana tingkat efektifitas kerjasama yang telah dilakukan. Evaluasi ini juga penting dilakukan dalam rangka memberikan masukan-masukan demi kelancaran kerjasama berbagai pihak internal pada tahap selanjutnya. Demikian juga evaluasi ini dilakukan dalam rangka agar lahir penentu kebijakan diantara kedua belah pihak dan dapat mengambil sikap apakah kerjasama yang telah dilakukan tersebut baik untuk dilanjutkan atau sebaliknya. (data wawancara).²²⁹

Pernyataan tersebut diatas sesuai dengan hasil pengamatan peneliti dalam dokumen pendukung borang akreditasi UIN Maliki Malang 2013 sebagai berikut:

Untuk memastikan bahwa sasaran dan standar yang ditetapkan telah dicapai dan diimplementasikan dengan baik, maka dilakukan proses evaluasi. Dalam kegiatan ini dilakukan kegiatan pengukuran kepuasan pelanggan dan *complain* pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan melalui pengukuran tentang kepuasan mahasiswa terhadap proses pembelajaran maupun proses pelayanan. Temuan-temuan hasil evaluasi ini dibahas dan ditindak lanjuti dalam kegiatan rapat tinjauan manajemen (RTM). (data dokumentasi)²³⁰

²²⁹ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 31 Maret 2014

²³⁰ Data dokumentasi, dokumen pendukung borang akreditasi UIN Maliki Malang 2013 hal.100

Berdasarkan paparan data di atas dapat dipahami bahwa divisi humas selain melakukan perencanaan, pelaksanaan, juga melakukan evaluasi, evaluasi ini sangat penting dilakukan untuk terus meningkatkan kualitas program kerja Universitas terutama humas.

Dalam pelaksanaan evaluasi ini adapun persiapan yang dilakukan sebagaimana paparan berikut:

1) Menyiapkan berkas-berkas yang berhubungan dengan kegiatan pelaksanaan (LPJ), dan juga menyiapkan checklist untuk melihat kegiatan apa saja yang sudah berjalan, tertunda atau terbengkalai 2) pelaksanaan evaluasi, 3) hasil (dampak) dari kegiatan yang telah berlangsung. (data wawancara)²³¹

Dari keseluruhan paparan diatas dapat di deskripsikan bahwa betapa pentingnya proses evaluasi yang didalamnya terdapat berbagai tahapan sebagai acuan dan landasan dalam menilai suatu kegiatan hingga membentuk bahan perencanaan di kemudian hari. Dalam proses pelaksanaan evaluasi ini ada beberapa tahapan yang harus dipersiapkan sebagai bahan pelaporan dan juga peninjauan hasil dengan tahapan menyiapkan berkas LPJ, checklist dan tindak lanjut hasil kegiatan dengan melihat dampak dari kegiatan yang telah berlangsung.

b. Pelaksanaan evaluasi (sifat evaluasi)

Pelaksanaan evaluasi ini merupakan kegiatan yang dilaksanakan guna melihat sejauhmana kegiatan ini berhasil dengan didukung data-data kegiatan yang disusun dalam laporan pertanggung jawaban.

²³¹ Hasil wawancara dengan sekretaris humas p. Muzaki pada tanggal,21 maret 2014

Pelaksanaan evaluasi ini didalamnya meliputi rapat pembahasan hasil kegiatan, pemaparan laporan pertanggung jawaban kegiatan dan laporan keuangannya yang disusun dalam LPJ. Dalam proses pelaksanaan terdapat dua kegiatan meliputi aspek evaluasi dan tahapan evaluasi.

1) Aspek evaluasi berdasarkan waktu

Evaluasi dan penilaian sangat penting dilakukan untuk terus meningkatkan kualitas program kerja Universitas yang pada akhirnya dapat mencapai visi, misi, dan tujuan yang diinginkan. Evaluasi dilakukan secara menyeluruh (perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi) sesuai dengan program. Adapun Aspek evaluasi berdasar waktu dengan pemaparan sebagai berikut:

Evaluasi dilakukan secara berkala sesuai program. “Ya biasanya di sini setiap setelah selesai melaksanakan program kerja langsung melakukan evaluasi. Evaluasi seperti ini dilakukan oleh semua divisi. (data wawancara)²³²

Hal ini senada dengan hasil wawancara bersama Rektor Prof.

Mudjia Rahardjo yaitu sebagai berikut:

Berbicara mengenai evaluasi atau audit ini, setiap rapat apapun itu kami gunakan sebagai momentum evaluasi, Evaluasi dilakukan setiap setelah melaksanakan program kerja, hal ini kami lakukan agar dapat terus menerus melakukan perbaikan, baik dari segi manajerial, akademisi termasuk humas. Hal ini juga bisa memacu kami dalam meningkatkan kualitas bekerja. (data wawancara)²³³

²³² Hasil wawancara dengan sekretaris humas p. Muzaki pada tanggal, 21 maret 2014

²³³ Hasil wawancara dengan Rektor Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si pada tanggal 20 Mei 2014

Dalam pemaparan selanjutnya mengenai evaluasi kehumasan yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang dapat dikatakan sangatlah intensif hal ini sebagaimana dipaparkan sebagai berikut:

Evaluasi pada kehumasan di UIN Maliki Malang ini dapat dikatakan sangat intensive, bisa kita lihat setiap ada kegiatan misalnya dalam penerimaan mahasiswa baru, dalam satu titik kok menurun pada fakultas tertentu hanya memperoleh mahasiswa sekian dan berbeda pada tahun sebelumnya, nah, hal ini langsung kita evaluasi penyebabnya, faktor-faktornya dan kita berusaha untuk temukan solusinya, misalkan dengan cara gencarkan sosialisasi dititik mana yang lemah, kegiatan publishing lebih di gencarkan lagi sampai berhasil. Jadi bisa saya simpulkan adanya kebenaran bahwa disetiap permasalahan atau terdapat ketidak puasan dalam pencapaian maka waktu itu juga kita adakan evaluasi.(data wawancara).²³⁴

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan evaluasi berdasar aspek waktu ditinjau dari seberapa intens pelaksanaan tersebut, sebagaimana digambarkan diatas bahwa evaluasi humas dilakukan secara berkala dan incidental tiap selesai pelaksanaan kegiatan dan ketika dirasa butuh.

2) Teknik evaluasi

dalam pelaporannya divisi humas menggunakan 2 teknik yaitu lisan dan tulisan, hal ini sebagaimana dipaparkan oleh Rektor UIN Maliki Malang sebagai berikut;

1) Lisan

²³⁴ Hasil wawancara dengan Rektor Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si pada tanggal 20 Mei 2014

Pada dasarnya Laporan lisan, disampaikan secara lisan, biasanya dilakukan hal-hal yang perlu segera disampaikan, laporan lisan dapat dengan tatap muka, lewat telepon, wawancara dan sebagainya. Adapun paparan data mengenai laporan lisan ini sebagai berikut:

Evaluasi secara lisan ini dilakukan setiap moment rapat atau pertemuan antara panitia pelaksana dengan kasubag humas, kasubag humas dengan rector dll. Jadi setiap rapat merupakan ajang evaluasi dari segi kegiatan apapun. Evaluasi secara lisan ini sifatnya incidental.(data wawancara).²³⁵

Jadi jelas bahwa laporan secara lisan ini sifatnya incidental, dan pelaksanaannya pun berlangsung pada saat yang tak terduga, seperti ketika panitia pelaksana di tegur oleh ketua panitia pelaksana dan diminta menjelaskan kegiatan apa saja yang sedang berlangsung dan yang telah selesai terlaksana, dan juga pada saat rapat yang juga sebagai momentum evaluasi yang dikomunikasikan secara lisan.

Adapun dalam penentuan kebijakan sebelum diadakan pelaksanaan kegiatan, divisi humas selalu mengkomunikasikannya kepada rektor sebagaimana pemaparan berikut ini.

Dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan divisi humas selalu melakukan konsultasi pada kami, sebagai dasar perijinan dan landasan kebijakan. Jadi setelah kegiatan berlangsung dibuatlah laporan guna

²³⁵ Hasil wawancara dengan Rektor Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si pada tanggal 20 mei 2014

mempertanggung jawabkan kegiatan yang berlangsung, serta untuk melihat sejauhmana progresnya dan juga merupakan bagian dari prosedur yang telah ditetapkan. (data wawancara).²³⁶

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Bapak Muzaky selaku sekretaris kehumasan sebagai berikut:

Adapun dalam pelaporannya biasanya kami lakukan secara lisan apabila kegiatan kehumasan ini dalam lingkup yang kecil namun kami tetap membuat laporan tertulis untuk seluruh kegiatan kehumasan yang telah terlaksana secara procedural yang kemudian kami presentasikan pada saat rapat tahunan. (data wawancara).²³⁷

Dari keseluruhan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa teknik dalam pelaporan lisan memiliki sifat incidental, bahkan dalam prosesnya pun sangat sederhana, dapat dengan tatap muka, lewat telepon, wawancara dan sebagainya. Melalui komunikasi lisan ini evaluasi secara lisan terkesan hanya kilasan dari evaluasi suatu kegiatan.

2) Tulisan

Laporan kegiatan merupakan ikhtisar tentang hal ikhwal pelaksana suatu kegiatan, yang harus disampaikan oleh pelaksana kepada pihak yang memberi tugas sebagai wujud pertanggungjawaban. Adapun teknik pelaporan selanjutnya adalah

²³⁶ Hasil wawancara dengan rector Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si pada tanggal 20 mei 2014

²³⁷ Hasil wawancara dengan sekretaris humas p. Muzaky, pada tanggal 21 maret 2014

dengan menggunakan teknik tulisan, sebagaimana pemaparan berikut:

Evaluasi tulisan merupakan isi dari rangkaian kegiatan secara structural yang dibuat untuk mempertanggung jawabkan seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan, (data wawancara).²³⁸

Dalam pembuatan laporan tentu memiliki beberapa asas dalam pembuatannya dengan paparan sebagai berikut:

Laporan kegiatan merupakan alat yang penting sebagai, 1) Dasar penentuan kebijakan dan pengarahannya, 2) Bahan penyusunan rencana kegiatan berikutnya, 3) Mengetahui perkembangan dan proses peningkatan kegiatan, 4) Data sejarah perkembangan satuan yang bersangkutan dan lain-lain. (data wawancara).²³⁹

Selanjutnya dalam pembuatan laporan ini tentu melibatkan berbagai pihak penyelenggara kegiatan dan ditutup dengan penyerahan laporan yang di bubuhi tanda tangan rector dan kasubag humas sebagai pelaksana, berikut pemaparannya:

Hasil evaluasi berupa laporan pertanggung jawaban dianggap selesai dan sesuai bila sudah ditutup (closed out) dan di tanda tangani oleh rector serta kasubag humas. (data wawancara).²⁴⁰

Berdasarkan paparan data di atas dapat dipahami bahwa divisi humas UIN Maliki Malang dalam pelaporan tertulis ini harus disampaikan oleh pelaksana kepada pihak yang memberi tugas sebagai wujud pertanggungjawaban baik dari segi kegiatan

²³⁸ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 21 maret 2014

²³⁹ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 21 maret 2014

²⁴⁰ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 21 maret 2014

maupun penggunaan anggaran, sebab laporan kegiatan merupakan alat yang penting sebagai dasar penentuan kebijakan dan pengarahannya, bahan penyusunan rencana kegiatan berikutnya, mengetahui perkembangan dan proses peningkatan kegiatan, serta data sejarah perkembangan satuan yang bersangkutan dan lain-lain.

c. Impact Evaluation

Dalam tahapan evaluasi ini tentunya melahirkan sebuah gerakan yang berdampak kepada terbentuknya *image* lembaga, hal ini di paparkan sebagai berikut:

Evaluasi ini nantinya erat kaitannya dengan terbentuknya citra lembaga 1). Image building 2). Trust building 3). Institutional building, yaitu: a) Image building (Pembentukan Citra, hal ini merupakan suatu kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang memiliki prestise), b) Trust building (membangun kepercayaan kepada masyarakat untuk membentuk sarana penting dalam membangun kepercayaan (trust building), yang diciptakan oleh interaksi berulang-ulang dan timbal balik) c) Institutional building (Pengembangan kelembagaan merupakan proses untuk memperbaiki dan mengevaluasi kegiatan lembaga guna mengefektifkan penggunaan sumber daya manusia dalam pelaksanaannya).(data wawancara).²⁴¹

Adapun dampak lain dari evaluasi kegiatan humas ini antara lain sebagai berikut:

²⁴¹ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 31 Maret 2014

1. Mahasiswa asing terbanyak.

Pada perhelatan tahunan yang diadakan oleh UIN Maliki Malang yaitu Dies Natalis, yang dalam pidatonya rector UIN Maliki Malang menyampaikan apresiasinya terhadap berbagai prestasi yang di ukir oleh seluruh civitas akademika, hal ini ditengarai dengan berbagai penghargaan yang diberikan kepada fakultas, adapun fakultas dengan jumlah doctor terbanyak di raih oleh fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan. Prestasi dengan jumlah kerja sama luar negeri terbanyak di genggam oleh fakultas humaniora, fakultas dengan wirausaha terbanyak digenggam oleh Fakultas Ekonomi, serta fakultas dengan tata ruang terbaik dipersembahkan fakultas sains dan teknologi (data dokumentasi)²⁴².

Namun dalam hal ini yang ada prestasi yang membuat kampus ini semakin istimewa yaitu jumlah mahasiswa asing terbanyak berikut pemaparan berdasar datanya:

Khusus program pascasarjana, penghargaan didapat dengan keberhasilannya sebagai program yang memiliki jumlah mahasiswa asing terbanyak. Mudah-mudahan penghargaan ini lebih memacu kinerja. Diapresiasi secara positif untuk menunjukkan dedikasi yang lebih besar mengembangkan UIN Maliki Malang. (data wawancara).²⁴³

²⁴² Radar Malang , 22 juni 2014 hal. 34

²⁴³ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 24 juni 2014

Dipertegas oleh kasubag humas mengenai jumlah mahasiswa asing terbanyak dengan argument sebagai berikut:

Program pascasarjana beberapa hari yang lalu mendapatkan penghargaan dari rector tentang dedikasi dan kinerja yang baik, dan juga menduduki jumlah mahasiswa asing terbanyak.(data wawancara).²⁴⁴

Dari keseluruhan argument diatas dapat disimpulkan bahwa, program pascasarjana UIN Maliki Malang mendapatkan apresiasi dari rector tentang dedikasinya mengembangkan program pascasarjana yang secara tidak langsung berdampak pada banyaknya mahasiswa asing yang berminat dan melanjutkan program studi di kampus ini.

2. Animo mahasiswa naik 20%

Banyaknya peserta yang mengikuti seleksi di UIN Maliki Malang meningkat sebanyak 20%, sebagaimana pemaparan berikut:

Ujian Masuk Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (UM-PTAIN) kali ini, serempak diselenggarakan oleh STAIN, IAIN, dan UIN se-Indonesia. Tercatat 1889 calon mahasiswa yang mengikuti seleksi ujian di Kampus Ulul Albab. Tercatat pula 3563 peserta diseluruh Indonesia yang berminat untuk masuk di Kampus Hijau ini. “Dari sekian ribu peserta yang terdaftar dan mengikuti ujian di UIN Maliki, hanya 526 calon mahasiswa yang akan diterima,”(data wawancara)²⁴⁵

Dalam pemaparan selanjutnya beliau juga menjelaskan mengenai peminat kampus ulul albab ini, sebagai berikut:

²⁴⁴ Hasil wawancara dengan kasubag humas Dr. H. Sutaman, MA pada tanggal 24 juni 2014

²⁴⁵ Hasil wawancaradengan Ketua Biro Akademik Kampus (BAK) Nur Chalidah pada tanggal 24 juni 2014

Pada tahun ini, peminat Kampus Ulul Albab naik kisaran 20% dari tahun sebelumnya. Persentase tersebut diperoleh dari setiap data yang tercatat pada semua jalur seleksi. Baik jalur SNMPTN, SBMPTN, UM-PTAIN, Mandiri Tertulis, dan Mandiri Prestasi. “Sekian banyak jurusan yang ada di kampus ini, Jurusan Farmasi paling banyak peminatnya,” (data wawancara)²⁴⁶

Pada kesempatan yang sama peneliti juga melakukan

wawancara kepada peserta UM PTAIN sebagai berikut:

Iffi (18th) salah satu peserta UM-PTAIN mengutarakan bahwa sudah kedua kalinya mengikuti ujian seleksi masuk perguruan tinggi. Pertama mengikuti seleksi jalur SBMPTN, dan terakhir mengikuti ujian seleksi UM-PTAIN. Calon mahasiswi lulusan MAN Pesanggaran Banyuwangi tersebut juga memaparkan bahwa disetiap ujian seleksi yang diikutinya, ia memilih untuk masuk di UIN Maliki. “Pada jalur SBMPTN, saya memilih Jurusan Farmasi dan Arsitektur UIN Maliki dan jalur ini pun sama,” urainya. Ia juga menuturkan bahwa pilihannya pada UIN Maliki atas dasar keinginan sendiri dan atas pertimbangan ma’had yang ada di dalamnya. (data wawancara).²⁴⁷

Jadi jelas bahwa terdapat peningkatan yang signifikan sebanyak 20% animo mahasiswa yang mengikuti jalur UM PTAIN di UIN Maliki Malang dengan peminat terbesar pada tahun ini adalah jurusan Farmasi.

3. Posdaya sebagai sarana pendekatan kepada masyarakat

Posdaya yang di canangkan oleh UIN Maliki Malang ini memiliki berbagai respons positif dari masyarakat karena posdaya ini merupakan sarana untuk membangun kesejahteraan masyarakat baik bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan,

²⁴⁶ Hasil wawancaradengan Ketua Biro Akademik Kampus (BAK) Nur Chalidah pada tanggal 24 juni 2014

²⁴⁷ Hasil wawancara dengan peserta UM PTAIN pada tanggal 23 juni 2014

lingkungan, dan bidang-bidang lain, adapun pemaparannya sebagai berikut:

Pada sesi kordinasi yang dipimpin langsung oleh Dr. Hj Mufidah Ch ketua LPM UIN Maliki Malang, beliau menjelaskan tentang perkembangan masjid binaan yang tergabung dalam posdaya berbasis masjid. Bu mufidah menjelaskan bahwa model pemberdayaan masjid dan masyarakat dengan melalui posdaya semakin diterima masyarakat hal ini terbukti beberapa propinsi seperti Jawa timur, Jawa tengah, Riau, Papua, Palangkaraya, bahkan Bali hari ini sudah banyak yang tertarik bergabung dalam posdaya berbasis masjid. Ini merupakan tantangan bagi kita semua agar kita selalu berjuang dan berbuat yang terbaik bagi bangsa dan masyarakat kita. (data dokumentasi).²⁴⁸

Menindak lanjuti argument diatas ibu Mufidah juga menegaskan hal yang serupa dengan penambahan sebagai berikut:

*Nantinya dosen dan mahasiswa juga akan diarahkan untuk meneliti diberbagai posdaya, tujuannya adalah menggali potensi local serta mempublikasikan keberadaan posdaya tersebut melalui publikasi ilmiah. (data wawancara).*²⁴⁹

²⁴⁸ Web site LP2M

²⁴⁹ Data wawancara dengan Dr. Hj Mufidah Ch ketua LPM UIN Maliki Malang pada tanggal 14 Juli 2014

Beliau juga menambahkan harapan harapan untuk keberlangsungan program ini sebagai berikut:

Semoga posdaya masjid semakin maju dan berkembang untuk membangun kesejahteraan masyarakat baik bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan bidang-bidang lain. .(data wawancara).²⁵⁰

Dalam hal penyelenggaraan posdaya ini sekali lagi prestasi UIN Maliki Malang di torehkan dalam bingkai sejarah kebesaran UIN Maliki Malang yang dalam hal ini Prof. Mudjia Rahardjo. M.Si. menerima penghargaan Damandiri Award Gold dari Yayasan Dana Sejahtera Mandiri (Damandiri) di gedung Graha Sabha UGM Yogyakarta. Pada tanggal 16 januari 2014, mengawali tahun ini dengan penghargaan tersebut sebagai bukti komitmen UIN Maliki dalam mendukung dan melaksanakan salah satu program yayasan Damandiri yaitu pemberdayaan keluarga (posdaya) berbasis Masjid di Indonesia. Sebagaimana penuturan beliau berikut ini.

“ Saya senang sekali dengan dengan award ini, sebagai bukti bahwa kita (UIN,red) benar-benar komitmen dengan Posdaya,” jelasnya. Lebih lanjut, Rektor yang belum genap setahun memimpin kampus hijau ini mengatakan bahwa UIN Malang selalu mendukung program Posdaya seperti pengentasan kemiskinan, meningkatkan spiritual di

²⁵⁰ Data wawancara dengan Dr. Hj Mufidah Ch ketua LPM UIN Maliki Malang pada tanggal 14 juli 2014

masyarakat dengan masjid sebagai pusat kegiatannya.(Data Dokumentasi)²⁵¹

Dalam penghargaan ini yang patut bersenanghati tidak hanya UIN Maliki saja namun ada juga salah satu Posdaya binaan UIN Maliki yaitu Posdaya Fatahillah dengan pemaparan sebagai berikut:

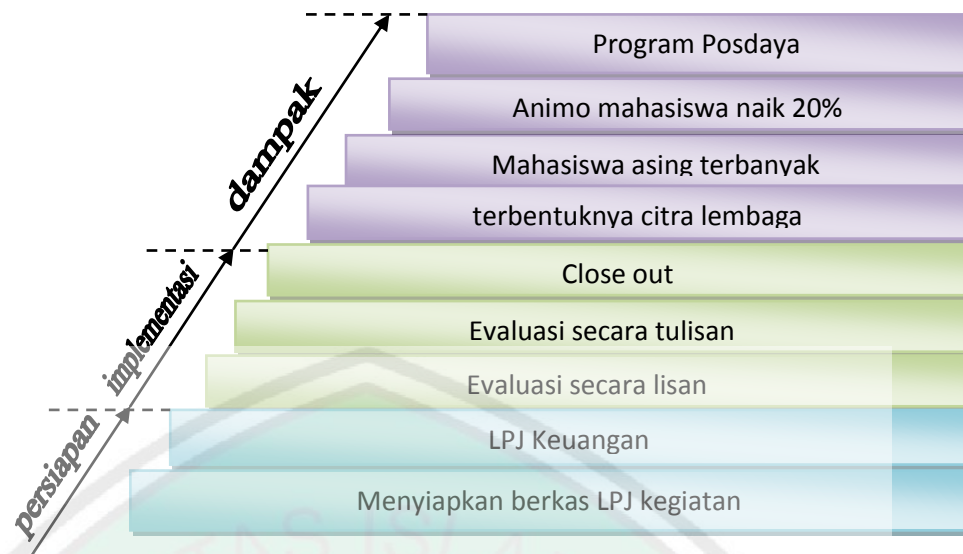
Posdaya Fatahillah itu ada di Dusun Kalipakem Donomulyo Kab. Malang. Terpilihnya Posdaya Fatahillah tentu sangat membanggakan UIN Maliki Malang. Sebab untuk masuk dalam 18 besar penerima penghargaan tersebut tidaklah mudah. Posdaya Fatahillah ini telah melalui proses seleksi ketat dari 3000 Posdaya yang ada di Indonesia, namun berhasil lolos dan memenangkannya, Posdaya Fatahillah ini sangat terkenal dengan budidaya jamurnya.(data wawancara).²⁵²

Dari paparan data diatas dapat ditemukan bahwa evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul adalah; 1), persiapan evaluasi 2), pelaksanaan evaluasi 3), Dampak Evaluasi.

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

²⁵¹ Gema, *Op.Cit.*, hal. 4

²⁵² Data wawancara denga Rektor UIN Maliki Malang pada tanggal 20 mei 2014



Gambar 4.5
Evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul

C. TEMUAN PENELITIAN

Berdasarkan paparan data kasus di UIN Maliki Malang, maka dapat disusun menjadi proposisi temuan tentang: (1) perencanaan manajemen humas, (2) pelaksanaan manajemen humas, (3) evaluasi manajemen humas, masing-masing proposisi disusun sebagai berikut:

1. Perencanaan Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang

Berdasarkan data yang telah dipaparkan maka Perencanaan Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul di UIN Maliki Malang diawali dengan analisis lingkungan jadi, sebelum terbentuknya perencanaan manajemen humas, UIN Maliki Malang melakukan *Research* terlebih dahulu guna menemukan fakta, Dalam rangka menemukan *fact finding* ini maka perlulah

diadakannya kegiatan untuk melihat serta mencari inspirasi untuk menemukan ide serta gagasan sebagai wacana dalam membentuk universitas yang unggul. Adapun temuan yang dihasilkan adalah:

- a. Melakukan analisis lingkungan
- b. Menyusun jati diri universitas
- c. Menyiapkan SDM yang unggul
- d. Menyusun jadwal pelaksanaan
- e. Menentukan target dan sasaran
- f. Pendanaan (*Budgeting*)

2. Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul di UIN Maliki Malang.

Dalam proses pelaksanaannya manajemen humas disibukan dengan hal persiapan menjelang kegiatan dilaksanakan. Proses pelaksanaan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya kerjasama tim sebagai panitia pelaksana yang di gawangi oleh seorang *leading sector* yaitu seorang kasubag humas yang di naungi dengan kebijakan rector. Adapun dalam hal ini temuan yang dihasilkan adalah:

- a. Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan jadwal
- b. Strategi yang digunakan humas (sosialisasi, komunikasi dan publikasi)

3. Evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul di UIN Maliki Malang

Proses evaluasi manajemen humas dilakukan pada saat acara berlangsung guna mengecek progress sebuah kegiatan, namun secara procedural proses evaluasi ini memiliki beberapa tahapan dan dilaksanakan ketika event telah selesai diselenggarakan, proses evaluasi ini di laksanakan pada kegiatan rapat yang dilaksanakan oleh universitas dan dipresentasikan oleh *leading sector* dan juga panitianya. Hal ini merupakan wujud dari bagian pertanggung jawaban pelaksanaan kegiatan dan dibuktikan dengan dokumentasi, berupa file pendukung yaitu buku laporan kegiatan dan laporan keuangan selama kegiatan berlangsung dan di *close out* dengan penandatanganan kasubag humas dan Rektor. Adapun dalam hal ini temuan yang dihasilkan adalah:

- a. Persiapan evaluasi
- b. Pelaksanaan evaluasi
- c. Dampak evaluasi (*impact evaluation*).

Dari keseluruhan temuan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan manajemen humas meliputi tiga aspek yaitu, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dari ketiga aspek ini manajemen humas memiliki strategi khusus dalam pelaksanaannya yaitu dengan menggunakan 3 kopmponen strategi yaitu sosialisasi, komunikasi dan publikasi. Untuk dapat mengklasifikasikan temuan keseluruhan pada BAB IV ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar. 4.6

Alur temuan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul

BAB V

PEMBAHASAN

1. Perencanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul

Manajemen humas dalam menjalankan tupoksinya telah menyiapkan program perencanaan dalam berkegiatan, hal ini di gawangi oleh seorang *leading sector* yaitu kasubag humas dan jajaran staf divisi kehumasan. Program humas sangat penting dilakukan di samping menjadi petunjuk dalam pelaksanaannya, juga menjadi tolak ukur keberhasilan ketika melakukan evaluasi program humas. Dalam prakteknya divisi kehumasan mengawali proses perencanaan melalui analisis lingkungan, yang dalam hal ini dieksplor dari sumber Islam yaitu ayat-ayat al-Qur'an, dan untuk melakukan perencanaan humas maka UIN Malang telah mengawalnya dengan melakukan iqro atau membaca. Ayat ini dikenal sebagai awal turunnya al-Qur'an, yakni awal surat al-'Alaq dan awal surat al-Muddatstsir, yang memberikan inspirasi tentang bagaimana sebuah gerakan membangun lembaga yang unggul seharusnya dilakukan. Kegiatan membaca (*qira'ah*), dimaknai dengan membaca kondisi internal maupun eksternal kampus, meliputi potensi, tantangan maupun peluangnya. Pemahaman terhadap hal itu semua akan melahirkan kesadaran agar berlanjut menjadi sebuah perencanaan dan juga gerakan kebangkitan dalam memperjuangkan keunggulan sebuah lembaga.

Dalam prosesnya, melakukan pembacaan situasi ini diawali dengan metode Research terlebih dahulu guna menemukan fakta, penemuan fakta (*fact finding*) merupakan komponen dasar dari analisis lingkungan. Adapun upaya dalam menemukan fakta-fakta (*fact finding*) maka UIN Maliki Malang mengadakan studi banding untuk belajar dari universitas serta lembaga yang telah maju guna mencari inspirasi serta menemukan ide dan gagasan sebagai wacana dalam membentuk universitas yang unggul. Oleh karenanya proses penemuan fakta ini sebagai langkah awal yang harus dilakukan oleh universitas termasuk divisi humas yaitu sebagai dasar penyusunan program humas pada awal tahun ataupun pada setiap kegiatan. Dalam hal ini ada beberapa point yang perlu diperhatikan dalam menganalisis lingkungan yaitu (1) Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik maupun ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan kampus. (2) Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi. (3) Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan kampus. (4) Selalu siap menyajikan berbagai informasi kepada setiap yang membutuhkan. (5) Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai. (6) Melengkapi data dan informasi dengan menyelenggarakan dokumentasi dan *press clipping*.²⁵¹

Pada proses penemuan fakta didasarkan pada landasanSehubungan dengan kegiatan penemuan fakta ini, khususnya yang menyangkut *opinion research*, Organisasi atau lembaga pendidikan biasanya melakukan risetnya sendiri, tidak

²⁵¹Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal.107

terkecuali divisi humas. Namun ada juga yang meminta lembaga riset tertentu untuk melakukan penelitian sebuah organisasi. Penelitian dimulai dari merancang penelitian, mengumpulkan informasi, dan sebagainya.²⁵²

Riset humas dapat dibagi menjadi dua bagian berdasarkan metodenya, yaitu riset formal dan riset informal. Riset formal adalah riset yang menggunakan metode ilmiah berdasarkan teori-teori yang sudah teruji. Sedangkan riset informal hanya berdasarkan pengamatan terbatas sehingga tidak terlalu ketat menggunakan metode keilmuan sebagaimana riset formal.²⁵³

Jadi jelas bahwa dalam menganalisis suatu lingkungan yang harus dilakukan adalah “membaca”, membaca ini dimaksudkan agar sebagai partisipasi kehumasan mampu membaca situasi, keadaan, dan kegiatan-kegiatan yang terjadi disekitar kampus, guna menyiesiakan planning dengan kebutuhan kamous. Hal ini sebagaimana hasil observasi yang peneliti lakukan dengan melihat dari agenda atau dokumentasi foto, proposal yang ada menunjukkan bahwa ada tindakan merefleksi apa yang akan dilakukan sebagaimana pembacaan situasi yang ada sebagai dasar analisis lingkungan.

Secara teoritis analisis lingkungan ini sama dengan analisis situasi yang berdefiniskan sekumpulan hal-hal yang diketahui tentang situasi, seperti sejarahnya, kekuatan yang mempengaruhinya, dan mereka yang terlibat atau terpengaruh secara internal maupun eksternal. Sebuah analisis situasi memuat semua latar belakang informasi yang diperlukan untuk menjelaskan dan mengilustrasikan secara detail makna dari sebuah pernyataan *problem*. Analisis

²⁵²Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional....*,hal 125.

²⁵³Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional....*,hal 125.

situasi menghasilkan apa yang oleh praktisi dinamakan “*fact book*” (bukufakta) yang sering kali dalam bentuk informasi yang dikumpulkan dalam file atau jilid lepas.²⁵⁴

Kegiatan menganalisis lingkungan kemudian disesuaikan dengan cita-cita luhur UIN Maliki Malang, karena cita-cita luhur ibarat marka jalan yang berada ditepian agar setiap perjalanan universitas ini tidak melampaui jalur yang telah di buat. Dalam hal ini prumusan jati diri lembaga yang unggul diawali dengan perumusan visi, misi, *core value* dan *core believe*. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan program humas yang baik dan berkualitas, menurut waka humas, Adapun dasar yang dijadikan landasan oleh universitas dalam merumuskan atau menyusun program humas antara lain mencakup (a) Visi dan misi Universitas; (b) Hasil evaluasi program kinerja humas periode sebelumnya; (c) Analisis lingkungan.

Visi dan misi universitas merupakan cerminan bagaimana membawa dan membangun universitas ke depan. Oleh karena itu, secara umum seluruh divisi harus mendasarkan program kerjanya kepada visi dan misi universitas, begitu juga dengan program kerja bagian humas. Selain visi dan misi, juga dalam melakukan atau merumuskan program kerja yang dalam hal ini terkait dengan kegiatan perencanaan perlu mempertimbangkan lingkungan sekitar atau yang biasa disebut dengan analisis lingkungan. Caranya adalah dengan melakukan research guna melihat kebutuhan yang diperlukan di mana lingkungan universitas berada sebagaimana telah dibahas diatas. Pembahasan ini juga

²⁵⁴Scott M. Cutlip, et al., (2009) *Effective Public Relations* hal:328

didasarkan dalam dokumen pendukung borang akreditasi UIN Maliki Malang bahwa dalam mengawali langkahnya yang jauh kedepan UIN Maliki Malang menetapkan visi, sebagaimana tertuang pada statuta tahun 2005 bahwa, "UIN Maliki Malang adalah sebagai lembaga pendidikan tinggi islam, melalui tri darma perguruan tinggi mampu melahirkan sarjana yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlaq, keluasan ilmu dan kematangan professional, dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang bernafaskan islamserta menjadi kekuatan penggerak masyarakat", dari keseluruhan acuan dasar tersebut pada dasarnya merupakan suatu keniscayaan bagi universitas untuk mewujudkan universitas yang unggul dan berkualitas sesuai harapan, baik universitas maupun masyarakat luas.

Setelah melakukan semua ketentuan di atas, dapat dipahami bahwa visi dan misi universitas digunakan sebagai penyokong dari tujuan divisi kehumasan yang sebenarnya, maka proses penetapan tujuan ini diawali dengan terlebih dahulu siapa dan apa yang akan ingin dicapai dari program yang akan disusun. Hal ini sebagaimana teori yang telah disebutkan pada bab II yaitu perencanaan terkait dengan 3 hal yang harus ditetapkan, yaitu: 1) tujuan; 2) kegiatan; 3) sumber daya. Sebagaimana yang diungkapkan Nanang Fattah bahwa dalam perencanaan selalu terdapat 3 kegiatan, yaitu: 1) perumusan tujuan yang ingin dicapai; 2) pemilihan program untuk mencapai tujuan; 3) identifikasi dan pengerahan sumber yang selalu terbatas.²⁵⁵

²⁵⁵Nanang Fattah, *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan*,.....hal. 49.

Jadi jelas bahwa pendasaran visi, misi dan tujuan kehumasan berpatokan kepada visi universitas yang dalam hal ini bertujuan untuk menyokong serta memaksimalkan program humas yang baik atau berkualitas dan juga sebagai penentu arah kegiatan/program kehumasan dengan berlandaskan kepada cita-cita luhur universitas. Cita-cita luhur universitas merupakan dasar kebijakan dalam berkegiatan, hal ini tentu mudah tercapai jika diiringi oleh kinerja seluruh civitas akademiknya, yang dalam hal ini adalah tentang bagaimana menyiapkan SDM yang unggul yaitu sosok manusia *ulul al-albab*, sosok manusia *ulu al-albab* dimaknai dengan orang yang mengedepankan dzikir, fikr dan amal shaleh. Ia memiliki ilmu yang luas, pandangan mata yang tajam, otak yang cerdas, hati yang lembut dan semangat serta jiwa pejuang (jihad dijalan Allah) dengan sebenar-benarnya perjuangan. Ia bukan manusia sembarangan, kehadirannya di muka bumi sebagai pemimpin menegakkan yang hak dan menjauhkan kebatilan. *Uli al-Albab* adalah manusia yang bertauhid. Kalimah syahadah sebagai pegangan pokoknya, *Asyhadu an la ilaha illa Allah, wa asyhadu anna Muhammad Rasul Allah*. Sebagai penyanggah tauhid, ia berpandangan bahwa tidak terdapat kekuatan di muka bumi ini selain Allah. Semua makhluk manusia berposisi sama. Jika terdapat seseorang atau sekelompok/sejumlah orang dipandang lebih mulia, adalah oleh karena ia atau mereka telah menyandang ilmu, iman dan amal shaleh (taqwa). Penyanggah derajat *Ulu al-albab* tidak akan takut dan merasa rendah dihadapan siapapun sesama manusia. Kelebihan seseorang berupa kekuasaan, kekayaan,

keturunan/nasab dan keindahan/kekuatan tubuh tidak menjadikannya ia lebih mulia daripada yang lain.

Dalam menyiapkan SDM unggul sosok *ulul albab* sebagaimana digambarkan diatas, maka sebuah perguruan tinggi yang unggul harus menyiapkan komponen pelaksana yang unggul pula, yaitu SDM sebagai penggerak menuju kearah yang telah dibentuk dalam perencanaan. SDM yang unggul juga dipimpin oleh pemimpin yang unggul pula. Seorang pemimpin yang unggul tentu bisa memosisikan dirinya sebagai penggerak dan juga sebagai contoh bagi bawahannya, setiap kebijakan yang diambil pun juga bersifat atas musyawarah beresama. Mengacu pada kepemimpinan yang unggul perencanaan sebaik apapun tidak akan maksimal jika tidak diikuti dengan SDM yang unggul pula yakni SDM yang paham betul dengan tupoksinya.

Perencanaan yang baik harus melibatkan banyak orang yang berkepentingan dan kompeten. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Forrest Anderson “Satu-satunya karakteristik yang membedakan antara public relations jempolan (berkualitas tinggi) dengan public relations yang bisa-biasa adalah terletak kepada partisipasi banyak orang yang berkepentingan”.²⁵⁶ Jadi jelas bahwa dalam mewujudkan program yang berkualitas maka divisi humas harus melibatkan banyak orang yang berkepentingan. Keterlibatan banyak orang yang berkepentingan dalam menyusun sebuah program sangat berdampak pada hasil atau wujud dari perencanaan yang dihasilkan menjadi representatif dan berkualitas, namun dalam penyusunan program humas

²⁵⁶Forrest Anderson,(2002), *Reaserch In Public Relations: Strategi and Accountability*. Journal Of The Gauge, Vol. 15/2. Dalam Yosalliriantara,*ManajemenStrategis Public Relations*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 69.

operasional biasanya hanya divisi humas baik kasubag humas dan staf humas saja.

Penyusunan program humas erat kaitannya dengan penentuan jadwal pelaksanaan kegiatan, dalam hal ini divisi humas memiliki sifat fleksibel yaitu tergantung pada jadwal event kampus. Setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh pimpinan Universitas, fakultas, dosen, mahasiswa atau unit-unit lainnya, humas selalu di hadirkan. Kehadiran humas untuk menggali informasi. Informasi yang diperoleh diolah menjadi berita untuk dipublikasikan ke media sebagai bahan pencitraan lembaga juga. Dalam pelaksanaannya penyusunan jadwal kegiatan kehumasan ini tentu melibatkan banyak pihak yang berperan dalam pelaksanaan, penyusunan ini diikuti dengan menyiapkan reporter dan fotografer yang akan digunakan untuk peliputan sebagai dasar dari data data dokumentasi dan bahan publikasi.

Dalam penyusunan program/perencanaan humas, ada beberapa hal yang juga perlu diperhatikan yaitu penentuan target dan sasaran sebagai wujud kepada siapa informasi itu di tujukan. Sasaran humas ini adalah cakupan pengaruh yang di syiarkan melalui sarana publikasi yaitu terbentuknya citra baik lembaga, sedangkan targetnya adalah publik internal meliputi (mahasiswa, karyawan dan dosen) dan public eksternal yaitu masyarakat luas. Adapun dalam pelaksanaannya target dan sasaran ini diperankan oleh seluruh civitas akademika termasuk rektor, sebagai contoh, ketika diadakannya rapat, workshop, kegiatan kerjasama dll maka target yang dikenai informasi adalah *audience*.

Secara teoritik juga dijelaskan bahwa citra lembaga yang positif merupakan sasaran humas. Oleh karena itu citra lembaga penting dan harus tetap dijaga agar tetap baik di mata publik Internal maupun eksternal. Menurut Anggoro, citra lembaga merupakan citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk saja.²⁵⁷ Citra ini harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak, mengingat citra lembaga dapat dikatakan sebagai cerminan identitas lembaga tersebut.

Menurut Jefkins sebagaimana yang dikutip oleh Morissan, ada empat alasan mengapa praktisi humas perlu merencanakan program kerjanya, yaitu: (1) untuk menetapkan target humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh; (2) untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan biaya yang dikeluarkan; (3) untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program yang harus dikerjakan dan waktu yang dikerjakan; (4) untuk menentukan daya dukung perusahaan.²⁵⁸

Dalam perencanaan humas idealnya dibarengi dengan beberapa strategi yang digunakan dalam pelaksanaan program tersebut hal ini akan diulas pada proses pelaksanaan. Namun demikian, sebelum membuat strategi untuk sebuah program yang dibuat, juga harus menentukan atau menganggar (*budgeting*) pembiayaan dari masing-masing program humas tersebut, pembiayaan divisi humas berdasarkan pada POK universitas yang menjadi satu dengan kabag umum. Penganggaran dalam kegiatan humas sangat penting agar penggunaan

²⁵⁷ Anggoro, M. Linggar. *TeoridanProfesiKehumasan*. (Jakarta: PT. BumiAksara. 2005) hal. 62

²⁵⁸ Morissan, *Manajemen Public Relations*, hal. 152.

biaya dapat dimaksimalkan atau pengeluaran pembiayaan sesuai dengan proporsinya di masing-masingkegiatan.

Dari keseluruhan temuan teoritik di atas secara substantif dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa penyusunan program humas/perencanaan humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul,yang disusun oleh bagian humas sudah cukup baik hal ini dapat dilihat dari penerapan perencanaan yang dibuat serta berdasarkan teori sebagaimana analisis di atas. Dalam hal ini beberapa hal yang menjadi dasar perencanaan program adalah analisis lingkungan, Perencanaan secara sederhana diartikan sebagai tindakan yang dilakukan di masa yang akan datang. Sedangkan secara spesifik perencanaan adalah menentukan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan oleh organisasi sebagai satu kesatuan, apa yang akan dilakukan, dalam hal ini diawali dengan analisis lingkungan guna menemukan fakta fakta (*fact finding*) hal ini berfungsi untuk melihat dan membaca situasi yang ada sebelum dilaksanakan sebuah kegiatan, hal ini disusul dengan per,usam jati diri lembaga dengan maksud seluruh kegiatan akademika khususnya humas disini haruslah berlandaskan kepada cita-cita luhur universitas daristulah visi, misi dan tujuan humas terbentuk, kemudian visi misi dan tujuan tersebut hanya akan berjalan dengan baik ketika dilaksanakan oleh orang-orang yang kompeten dalam bidangnya sehingga sasaran dan target humas bisa terkomunikasikan dengan baik, baik secara internal maupun eksternal. Kemudian untuk kelancaran suatu program kegiatan maka ada hal yang juga tidak kalah pentingnya untuk di canangkan yaitu masalah pendanaan atau budgeting,

dalam hal ini menyusun anggaran dalam perencanaan program, agar penggunaan biaya dapat dimaksimalkan atau pengeluaran pembiayaan sesuai dengan proporsinya di masing-masing kegiatan.

2. Pelaksanaan manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul

Implementasi dari suatu perencanaan adalah keniscayaan, hal ini sebagai perwujudan dari apa yang telah dilaksanakan, aktifitas pasca perencanaan ini diawali dengan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan jadwal. Untuk memaksimalkan pelaksanaan program humas, pasti ada orang yang bertanggung jawab yaitu seorang *leading sector*, di UIN Maliki Malang Secara umum pelaksanaan program humas dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat kemudian melaksanakan program yang akan dikerjakan, dan menggunakan strategi-strategi dalam pelaksanaan program.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa hal pertama yang harus ditentukan dan diketahui dalam pelaksanaan program adalah pihak pelaksana yang bertanggung jawab dari program yang akan dilaksanakan. Misalnya program humas, maka yang menjadi pelaksana atau penanggung jawab program tersebut adalah bagian divisi humas, walaupun dalam pelaksanaannya dibantu oleh berbagai elemen. Namun demikian, yang menjadi penanggung jawab dari program humas tersebut tetap divisi humas, baik kasubag maupun staf kehumasan, sebagaimana yang peneliti temukan bahwa program kerja

humas secara umum dilakukan oleh divisi humas dan staf-staf nya, selanjutnya adalah mengetahui rangkaian kegiatan pelaksanaan kehumasan.

Kedua, mengetahui apa yang harus dilakukan oleh divisi humas dalam melaksanakan program perencanaanya, guna mengefektifkan waktu dan kegiatan berjalan sebgaimana porosnya. Adapun yang ketiga rangkaian kegiatan humas ini diikuti dengan strategi humas. Artinya, selain menetapkan dan menentukan serta merumuskan perencanaan,divisi humas juga menyusun strategi dalam pelaksanaannya.

Hal tersebut diatas secara teori dalam melakukan implemetasi program, menurut Wheelen dan Hunger ada tiga pertanyaan yang harus dijawab oleh praktisi public relations, yaitu:

- a. Siapa orang yang akan melaksanakan perencanaan tersebut?
- b. Apa yang harus dilakukan?
- c. Bagaimana cara melakukan apa yang diperlukan?²⁵⁹

Dari ketiga pertanyaan di atas dapat dipahami bahwa ada tiga komponen inti yang harus ada dalam implemtasi, yaitu sumber daya manusia yang akan melakukan rencana, penyusunan program yang akan dilakukan, dan strategi terhadap pelaksanaan program tersebut. Penyusunan strategi ini dilakukan oleh divisi humas, sebagaimana ditemukan oleh peneliti, strategi humas yang di lakukan oleh UIN Maliki Malang terdapat tiga komponen yaitu, sosialisasi, komunikasi dan publikasi.

²⁵⁹Yosallriantara, *Community Relations...*, hal.124.

Untuk menjalankan berbagai program-program yang telah dicanangkan sebagaimana disebutkan diatas, divisi humas menggunakan beberapa cara agar bisa diterima oleh masyarakat luas, yaitu melalui pencitraan lembaga. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat luas. Dalam hal ini strategi pertama yang dilakukan oleh divisi humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul diawali dengan strategi berupa sosialisasi, hal ini bertujuan untuk mengenalkan, karena ini dalam lingkup strategi kehumasan maka yang disebut sosialisasi disini adalah proses mengenal, dan memahami. Adapun proses sosialisai ini dilaksanakan oleh pihak-pihak humas yang disebut dengan agen-agen sosialisasi (*agent of socialization*), dalam hal ini sosialisasi yang dilakukan humas melalui bidang kerjasama, yang menjadi sarana untuk memperkenalkan bahkan merangkul banyak pihak agar tumbuh dan maju bersama UIN Maliki Malang, sebagaimana yang ditemukan dilapangan bahwa dalam mewujudkan Universitas Islam Negeri Malang yang unggul yaitu melalui jaringan partnership yang luas dengan berbagai institusi, baik negeri maupun swasta, pada skala lokal, regional dan global. Adapun Jalinan kerjasama yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang saat ini tercatat 29 Negara yang telah berhasil menjadi mitra UIN Maliki Malang diantaranya, Jerman, Rusia, Australia, Bulgaria, Libia, dan Sudan.

Untuk mewujudkan UIN Malang sebagai suatu perguruan tinggi islam yang representatif, maka penggalangan kerjasama dengan lembaga atau perguruan tinggi lain mutlak diperlukan. Kerjasama ini akan memberi

kemajuan UIN Malang sendiri maupun lembaga ataupun perguruan tinggi lainnya, apabila jalinan kerjasama yang dibentuk didasarkan atas asas saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memberi dan saling bersifat terbuka.

Adapun bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang adalah (1) Kontrak manajemen, (2) Program kembaran, (3) Program pemindahan kredit, (4) Tukar-menukar dosen dan mahasiswa dalam penyelenggaraan kegiatan akademik, (5) Pemanfaatan bersama sumberdaya manusia dan sarana prasarana dalam pelaksanaan kegiatan akademik, (6) Penerbitan bersama karya ilmiah, (7) Penyelenggaraan bersama seminar atau kegiatan ilmiah lain, (8) Bentuk-bentuk lain yang dianggap perlu, misalnya kerjasama pengembangan manajemen dan sistem akuntansi keuangan universitas.

Berbagai bentuk Kerjasama yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang, telah diatur dalam PP. No 30 Tahun 1990 yaitu: “Antara perguruan tinggi/lembaga lain baik dalam maupun luar negeri telah diatur dengan jelas dalam pasal 122 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1990. Pasal tersebut memberikan legitimasi pentingnya jalinan kerjasama perguruan tinggi dalam rangka peningkatan dan pengembangan kualitas serta pengembangan institusional sebuah perguruan tinggi secara keseluruhan”.²⁶⁰

Dalam hal kerjasama ini memiliki banyak sekali manfaat, selain hubungan silaturahmi yang baik tetapi juga meningkatkan rasa solidaritas dan

²⁶⁰ *Arah, Kebijakan dan Dinamika Kerjasama UIN Maliki Malang, ... Hal. 6*

persaudaraan yang baik, sebagaimana di kutip dari paparan diatas bahwa berbagai masalah dalam bidang akademik, kelembagaan, ketenagaan dan pembiayaan yang dihadapi oleh setiap perguruan tinggi pada umumnya juga dapat ditanggulangi dengan baik melalui kerjasama baik antar-perguruan tinggi dan/atau lembaga, di dalam maupun luar negeri.

Berbicara mengenai manfaat setidaknya terdapat dua manfaat langsung yang diperoleh perguruan tinggi lewat kerjasama. Pertama, melalui kerjasama program-program akademik yang diselenggarakan akan dapat dimantapkan secara substansial dengan mengembangkan bidang-bidang pendidikan, penelitian, perpustakaan, pengabdian kepada masyarakat, penerbitan dan lain sebagainya. Kedua, melalui kerjasama akan diperoleh manfaat ekonomis akibat pemanfaatan bersama berbagai sumber daya dan fasilitas yang ada. Setidaknya penggunaan sumberdaya akan lebih efektif daripada bila hanya dimanfaatkan oleh lembaga masing-masing secara individual. Semua manfaat itu pada akhirnya akan menunjang upaya yang dilakukan untuk memperbaiki pengembangan perguruan tinggi.²⁶¹

Serangkaian kerjasama tersebut diatas tidak akan terekspose tanpa adanya dukungan publikasi yang baik dan sesuai dengan sasaran yang telah di tentukan adapun strategi yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang ini merupakan tindakan menyelam sambil minum air yang artinya memberikan kontribusi melalui berbagai kerjasama antar lembaga perguruan tinggi, masyarakat maupun kegiatan politik yang dalam hal ini UIN Maliki Malang menyisipkan

²⁶¹ Arah, kebijakan dan Kerjasama. Hal 14-17

berbagai informasi kegiatan dan pengembangan kampus kepada audience sehingga para audience juga mendapatkan dua sisi manfaat, yaitu dari kerjasama dan juga informasi pendidikan, kegiatan serta keunggulan yang dimiliki oleh UIN Maliki Malang.



Gambar: 5.1

Manfaat kerjasama (*partnership*)

Strategi selanjutnya yang diusung oleh UIN Maliki Malang adalah, Komunikasi (Layanan Informasi Melalui Komunikasi Intrapersonal), secara harfiah komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian dan penerimaan informasi atau pesan dapat juga diartikan sebagai pengirim dan penerima pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Komunikasi dalam sebuah lembaga memegang peran sangat penting dalam mencapai tujuan lembaga. Penyampaian informasi dengan tepat dan jelas kepada publik, baik publik internal maupun publik eksternal dapat

menimbulkan saling pengertian dan goodwill antara publik dengan lembaga. W. Emerson Reck menjelaskan humas adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan-penghargaan yang sebaik-baiknya.²⁶²

Komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang merupakan strategi proses penyebaran informasi dalam setiap kegiatan termasuk didalamnya memperkenalkan keunggulan yang dimiliki lembaganya. Hal ini dilakukan humas sebagai upaya untuk membangun citra positif lembaga dimata public. Komunikasi intrapersonal secara interaktif diterapkan oleh humas secara timbale balik terhadap public yang datang kehumas. Selain memndatangi kantor humas, layanan komunikasi interaktif dilakukan melalui hubungan telepon terhadap publiknya yang membutuhkan informasi. Pendekatan yang dilakukan humas dalam penyebaran informasi melalui komunikasi langsung ini, akan memperoleh tanggapan balik (*feedback*) dari publik yang membutuhkan informasi organisasi.

Dalam memperoleh tanggapan balik (*feedback*) dari publik yang membutuhkan informasi organisasi maka dibutuhkanya seorang fasilitator komunikasi yang bertugas merespons berbagai pertanyaan yang masuk. Secara teoritik hal ini memiliki pengaruh sangat besar bagi customer yang

²⁶²Muslimin.*Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. (Malang: UMM Press. 2004) hal.2

membutuhkan akses informasi cepat tentang kegiatan kampus. Adapun secara teoritik juga dijelaskan bahwa peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi adalah sebagai pendengar yang peka dan broker (perantara) komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (*liaison*), *interpreneur*, dan mediator antara organisasi dan publiknya. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah memberi informasi yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun public untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.²⁶³



Gambar 5.2

Mediator antara organisasi dan publiknya

²⁶³Scott M. Culpip .et.al.*Effective Public Relations*, ...hal. 47

Praktisi yang berperan sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dengan agen kontak resmi antara organisasi dan public. Mereka menengahi interaksi, menyusun agenda diskusi, meringkas dan menyatakan ulang suatu pandangan, meminta tanggapan dan membantu diagnosis dan membantu memperbaiki kondisi-kondisi yang mengganggu hubungan komunikasi diantara kedua belah pihak. Fasilitator komunikasi menempati peran ditengah-tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan public. Mereka beroperasi dibawah asumsi bahwa komunikasi dua arah akan meningkatkan kualitas keputusan yang diambil oleh organisasi dan public dalam hal kebijakan, prosedur dan tindakan demi kepentingan bersama.²⁶⁴

Dalam hal ini dibuktikan dengan banyaknya calon mahasiswa baru yang mendaftar untuk melanjutkan studi berawal dari informasi komunikasi intrapersonal yang mereka terima, walaupun informasi itu diperoleh dari teman dan bukan dari humas. dapat dikemukakan pula bahwa UIN Maliki Malang tidak hanya humas saja yang berperan dalam menyebarkan informasinya, akan tetapi, termasuk mahasiswa, dosen, karyawan, orang tua mahasiswa semua berperan dalam menyebarkan informasinya. Namun dalam penyebaran informasi tersebut humas selalu berusaha untuk membangun komunikasi melalui berbagai penyebaran informasi terhadap public internal maupun eksternal. Upaya yang dilakukan humas dalam menyebarkan

²⁶⁴Scott M. Culp .et.al.*Effective Public Relations*, ...hal. 47

informasi itu bagaimana segenap civitas akademiknya merasa bangga dengan lembaga yang menaunginya tersebut.

Strategi yang digunakan oleh humas yang ketiga adalah publikasi, dalam hal ini Humas UIN Maliki Malang dalam mencitrakan dirinya sebagai universitas yang unggul dilakukan dengan penyebaran informasi dari setiap kegiatan akademiknya melalui media. Adapun media yang digunakan humas dalam menyebarluaskan informasi kegiatan akademiknya di bagi menjadi dua yaitu media internal dan media eksternal.

Yang pertama adalah media internal, digunakan dalam kegiatan publikasi ini adalah media cetak tabloid “GEMA” yang merupakan “Koran kampus” yang memberikan informasi kegiatan internal Universitas, fakultas, unit, dosen, mahasiswa dan seluruh sivitas akademika di institusi ini. Tabloid ini terbit setiap 2 bulan sekali (6 kali dalam setahun). Tabloid ini merupakan media diseminasi hasil kerja universitas terkait Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Adapun media informasi cetak berikutnya adalah kaleidoskop yang juga diterbitkan oleh UIN Maliki Malang yaitu serupa dengan tabloid gema, kaleidoskop merupakan media informasi cetak universitas sebagai wujud diseminasi hasil kerja dalam rangka akuntabilitas public. Media ini terbit 1 tahun sekali, sehingga berisi informasi-informasi unggulan dari kampus.

Kedua media informasi cetak diatas memberikan kontribusi yang penting dalam hal penyebaran informasi hasil kerja universitas. Bahkan media tersebut menjadi sarana informasi persuasive (promosi) universitas untuk memahami secara utuh dan lebih mendalam.

Secara teoritik hal ini sebagaimana didalam bukunya Cultip dkk, menyebutkan bahwa majalah memberikan beberapa keuntungan: Pemimpin opini membaca majalah. Majalah memberikan informasi yang lebih tahan lama ketimbang koran. Pembaca majalah punya kesempatan untuk membaca, membaca ulang, mendiskusikan, dan mendebat informasi yang dikumpulkan dari sumber ini.²⁶⁵

Adapun pelaksanaan kegiatan internal humas ini dimaksudkan untuk menjalin hubungan di lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi yaitu hubungan antara pemimpin organisasi, dosen, karyawan, mahasiswa. Tujuan kegiatan internal humas adalah mempererat hubungan dan memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan harmonis. Guna mewujudkan suasana yang harmonis tersebut praktisi humas harus dapat membina hubungan yang terarah dan efektif kepada semua pihak, tidak hanya dalam hubungan kerjasama tetapi juga di luar kerja dengan didasari rasa kekeluargaan. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berkaitan dengan hubungan internal humas antara lain (a) Memberikan pengertian kepada semua warga lembaga perguruan tinggi agar memiliki keterampilan *public relation*, (b) Menciptakan komunikasi yang terarah dan efektif di lingkungan kantor pusat dan fakultas yang ada serta unit kerja lainnya. (c) Untuk mewujudkan komunikasi tersebut dengan mencantumkan semua informasi pada papan “informasi” pada tempat setrategis di lingkungan perguruan tinggi atau sekolah. (d) Menerbitkan berita kegiatan perguruan tinggi melalui media

²⁶⁵Scott M. Cultip .et.al. *Effective Public Relations*, ...hal. 297

“warta, jurnal, atau berita humas”. (e) Memonitor opini public internal yang berkembang terhadap kegiatan lembaga. (f) Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah warga kampus acuh tak acuh, atau salah pengertian terhadap setiap kebijakan pimpinan universitas.²⁶⁶

Kedua media informasi cetak memberikan kontribusi yang penting dalam hal penyebaran informasi hasil kerja universitas. Bahkan media tersebut menjadi sarana informasi persuasive (promosi) universitas untuk memahami secara utuh dan lebih mendalam. Walaupun sangat disadari bahwa perkembangan media informasi *on line* mengalami perkembangan yang luar biasa, disadari juga oleh konsep paperless system, namun harus diakui pula bahwa penyebaran informasi melalui media cetak berupa tabloid kampus maupun kaledoskop tetap bertahan dan memiliki peminatnya sendiri. Sehingga media ini tetaplah digunakan sebagai metode untuk menjangkau seluruh sektor publik.

Strategi publikasi yang kedua adalah menggunakan media eksternal, adapun media eksternal yang di gunakan oleh UIN Maliki Malang ini meliputi media elektronik (website, radio, social media) dan juga media masa yang dalam hal ini sebagai sarana utama dalam menyebarkan informas setiap kegiatan yang diselenggarakan lembaga, adapun media humas yang sering dihadirkan adalah jawapos, surya, radar malang dll. Dalam prakteknya setiap kegiatan yang diselenggarakan civitas akademika UIN Maliki Malang jarang sekali tidak diliput oleh media, humas selalu menghadirkan media cetak atau

²⁶⁶ Amin haris, *Strategi Program Humas dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*,... hal. 63-64

elektronik disetiap kegiatan. Kehadiran media ini adalah untuk mengakses informasi dari kegiatan yang berlangsung, dan informasi ini akan dipublikasikan, karena media eksternal ini memiliki jangkauan yang lebih luas dalam menyebarkan informasi bila dibandingkan dengan media internal humas.

Dalam prakteknya sejak tahun lalu ada kebijakan rector yang mengizinkan tiap-tiap fakultas serta unitnya mengorbitkan seluruh kegiatannya melalui web yang dikelola masing-masing yang tergabung kedalam web utama universitas.

Secara teoritik Lippman menunjukkan bahwa kebanyakan dari kita tidak dapat atau tidak punya akses langsung ke dunia adalah “di luar jangkauan, di luar pandangan, di luar pemikiran.” Media masa membantu kita menciptakan “gambaran yang terpercaya” tentang dunia yang berbeda di luar jangkauan dan pengalaman langsung kita.²⁶⁷ Teori ini dapat dimaknai bahwa media eksternal maupun internal adalah akses untuk membantu memberikan, mengetahui serta menjangkau seluruh informasi yang diorbitkan, dan media massa ini membantu organisasi untuk memberikan gambaran tentang keunggulan universitas atau organisasi yang dinaungi. Berikut secara jelas dapat digambarkan:

²⁶⁷ Amin haris, *Strategi Program Humas dalam Pencitraan PerguruanTinggi*,... hal. 63-64
hal 234



Gambar.5.3

Hubungan media, persepsi dan tindakan

Secara keseluruhan strategi kehumasan yang diusung oleh UIN Maliki Malang ini nyaris sama dengan fungsi humas di lembaga pendidikan tinggi pada umumnya yaitu sebagai berikut:

- a. Mampu sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (komunikasi tatap muka) dan tidak langsung (melalui media) kepada pimpinan lembaga dan public internal (mahasiswa dan dosen).
- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga pendidikan. Dalam hal ini humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik internal dan public eksternal. Seperti menyampaikan informasi kepada pers dan promosi.
- c. Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya. ²⁶⁸

²⁶⁸Nasution, Zulkarnain. *Manajemenn Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press. Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. (Jakarta: Esensi Erlangga Group. 2006)hal.28

3. Evaluasi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul

Evaluasi dan penilaian sangat penting dilakukan untuk terus meningkatkan kualitas program kerja Universitas yang pada akhirnya dapat mencapai visi, misi, dan tujuan yang diinginkan. Pelaksanaan evaluasi diperlukan untuk melihat sejauhmana program humas dilaksanakan serta untuk dijadikan perbandingan/landasan ketika mengambil alternatif dan merencanakan program maupun pelaksanaan program humas. Dengan demikian, evaluasi merupakan kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang bekerjanya sesuatu, yang selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam mengambil keputusan. Adapun tahapan evaluasi yang dilakukan oleh UIN Maliki Malang yaitu persiapan evaluasi, pelaksanaan evaluasi, *impact evaluation* (dampak evaluasi)

Tahapan pertama, yang dilakukan oleh divisi humas adalah persiapan evaluasi 1) Menyiapkan berkas-berkas yang berhubungan dengan kegiatan pelaksanaan (LPJ), dan juga menyiapkan checklist untuk melihat kegiatan apa saja yang sudah berjalan, tertunda atau terbengkalai 2) pelaksanaan evaluasi, 3) hasil (dampak) dari kegaitan yang telah berlangsung.

Secara teoritis setiap tahap evaluasi program berperan dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi untuk menilai efektifitas. Evaluasi persiapan dilakukan untuk menilai kualitas dan kecukupan pengumpulan informasi dan perencanaan strategis. Evaluasi implementasi akan mencatat kecukupan taktik dan upaya. Evaluasi dampak menyediakan umpan

balik tentang konsekuensi dari program. Tidak ada evaluasi yang lengkap tanpa menuruti criteria disetiap level.²⁶⁹

Tahapan kedua, pelaksanaan evaluasi ini merupakan kegiatan yang dilaksanakan guna melihat sejauhmana kegiatan ini berhasil dengan didukung data-data kegiatan yang disusun dalam laporan pertanggung jawaban. Pelaksanaan evaluasi ini didalamnya meliputi rapat pembahasan hasil kegiatan, pemaparan laporan pertanggung jawaban kegiatan dan laporan keuangannya yang disusun dalam LPJ, dan dalam pelaporannya divisi humas menggunakan 2 teknik yaitu lisan dan tulisan. Namun sebelum teknik ini dilakukan yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah melihat aspek waktunya, yaitu ditinjau dari seberapa intens pelaksanaan tersebut, sebagaimana dijelaskan pada pemaparan data bahwa evaluasi humas dilakukan secara berkala dan sifatnya incidental.

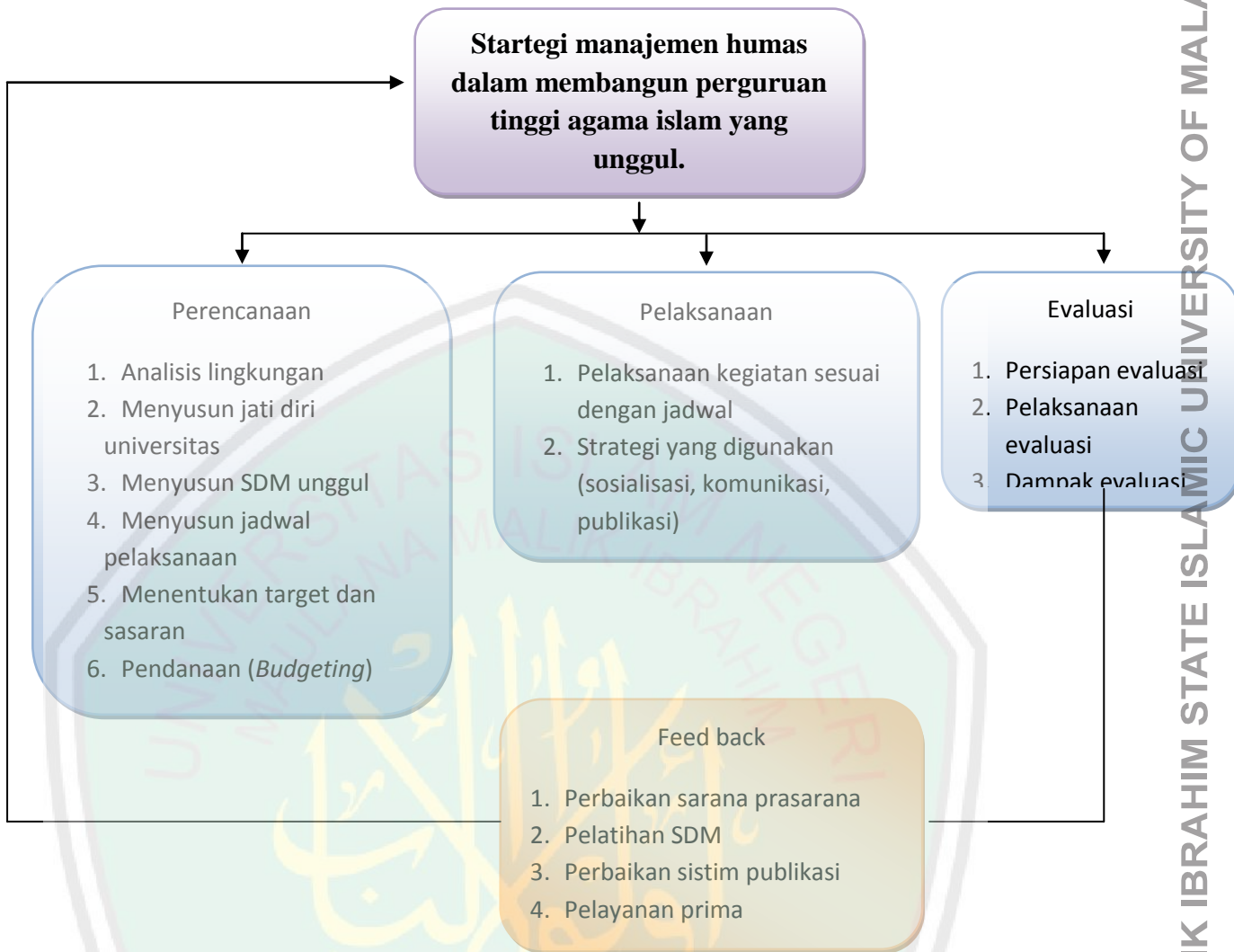
Teknik pelaporan secara lisan pada dasarnya disampaikan secara lisan, biasanya dilaksanakan untuk hal-hal yang perlu segera disampaikan, laporan lisan dapat dengan tatap muka, lewat telepon, wawancara dan sebagainya. Evaluasi secara lisan ini dilakukan setiap moment rapat atau pertemuan antara panitia pelaksana dengan kasubag humas, kasubag humas dengan rector dll. Jadi setiap rapat merupakan ajang evaluasi dari segi kegiatan apapun. Evaluasi secara lisan memiliki sifat incidental dengan kriteria kegiatan kehumasan ini dalam skala yang kecil.

²⁶⁹Scott M. Culp .et.al. *Effective Public Relations*, ...Hal 420

Evaluasi tulisan merupakan isi dari rangkaian kegiatan secara structural yang dibuat untuk mempertanggung jawabkan seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam pembuatan laporan tentu memiliki beberapa asas dalam pembuatannya yaitu laporan kegiatan merupakan alat yang penting sebagai, 1)Dasar penentuan kebijakan dan pengarahan pimpinan, 2)Bahan penyusunan rencana kegiatan berikutnya, 3)Mengetahui perkembangan dan proses peningkatan kegiatan, 4) Data sejarah perkembangan satuan yang bersangkutan dan lain-lain

Dalam tahapan evaluasi ini tentunya melahirkan sebuah gerakan yang berdampak kepada terbentuknya image lembaga, sebagaimana yang peneliti temukan dilapangan yaitu akan membentuk citra lembaga 1). *Image building* 2). *Trust building* 3). *Institutional building*, yaitu: a) *Image building* (Pembentukan Citra, hal ini merupakan suatu kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang memiliki prestise), b) *Trust building* (membangun kepercayaan kepada masyarakat untuk membentuk sarana penting dalam membangun kepercayaan (*trust building*), yang diciptakan oleh interaksi berulang-ulang dan timbal balik) c) *Institutional building*(Pengembangan kelembagaan merupakan proses untuk memperbaiki dan mengevaluasi kegiatan lembaga guna mengefektifkan penggunaan sumber daya manusia dalam pelaksanaannya).

Untuk bisa memberikan gambaran secara menyeluruh, berikut rangkuman alur keseluruhan tentang hasil pembahasan strategi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul:



Gambar: 5.4

Alur Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi Agama Islam yang Unggul

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan tentang Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Perguruan Tinggi yang Unggul (studi kasus di UIN Maliki Malang) dapat diambil kesimpulan yaitu;

Pertama, perencanaan humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, diawali dengan analisis lingkungan jadi, sebelum terbentuknya perencanaan manajemen humas, UIN Maliki Malang melakukan *Research* terlebih dahulu guna menemukan fakta, Dalam rangka menemukan *fact finding* ini maka perlulah diadakannya kegiatan untuk melihat serta mencari inspirasi untuk menemukan ide serta gagasan sebagai wacana dalam membentuk universitas yang unggul. Adapun temuan yang dihasilkan adalah: a) analisis lingkungan, b) menyusun jati diri universitas, c) menyiapkan SDM unggul, d) menyusun jadwal pelaksanaan, e) menentukan target dan sasaran, e) *budgeting*.

Kedua, pelaksanaan humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, dalam proses pelaksanaannya manajemen humas disibukan dengan hal persiapan kegiatan. Proses pelaksanaan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya kerjasama tim sebagai panitia pelaksana yang digawangi oleh seorang *leading sector* yaitu seorang kasubag humas Adapun temuan yang dihasilkan adalah; a) pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal dan, b) melakukannya dengan 3 strategi yaitu sosialisasi, komunikasi dan publikasi.

Ketiga, evaluasi humas dalam membangun perguruan tinggi agama islam yang unggul, Proses evaluasi manajemen humas dilakukan pada saat acara berlangsung guna mengecek progress sebuah kegiatan, namun secara procedural proses evaluasi ini memiliki beberapa tahapan dan dilaksanakan ketika event telah selesai diselenggarakan, proses evaluasi ini di laksanakan pada kegiatan rapat yang dilaksanakan oleh universitas dan dipresentasikan oleh *leading sector* dan juga panitianya. Hal ini merupakan wujud dari bagian pertanggung jawaban pelaksanaan kegiatan dan dibuktikan dengan dokumentasi, berupa file pendukung yaitu buku laporan kegiatan dan laporan keuangan selama kegiatan berlangsung dan di *close out* dengan penandatanganan kasubag humas dan Rektor. Adapun dalam hal ini temuan yang dihasilkan adalah: a) persiapan evaluasi, b) pelaksanaan evaluasi meliputi aspek waktu, dengan tahapan evaluasi lisan dan tulisan. Dari keseluruhan kegiatan penelitian ini dapat ditemukan strategi manajemen humas dalam membangun perguruan tinggi yang unggul.

B. Saran

Sebagai akhir dari penulisan tesis ini, dengan mendasarkan pada penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti ingin memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi UIN Maliki Malang, yaitu:

1. Bagi divisi humas, dalam menyusun programnya sebaiknya juga membuat kalender kegiatan khusus divisi humas termasuk dalam kaitannya dengan peningkatan kerja sama sekolah dengan perusahaan. Penyusunan program juga di samping mendasarkan kepada visi dan misi sekolah, analisis

lingkungan, dan hasil evaluasi sebelumnya, serta program strategis, juga mendasarkan program *public relations* pada hasil penelitian, sehingga program yang dihasilkan lebih berkualitas.

2. Perlu memampang struktur organisasi humas yang jelas agar setiap praktisi bekerja sesuai dengan job deskripsi masing-masing.
3. Program humas yang telah disusun sebelum dilaksanakan terlebih dahulu disosialisasikan kepada semua elemen universitas.



DAFTAR RUJUKAN

- Asmaun Sahlan. (2012). *Religiusitas Perguruan Tinggi*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Press.
- Al Qur'an dan Tarjemahnya Madinah: Khadim al-Hramain, 1977
- Amin Haris, (2012) *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*, Malang: UMM Press.
- Amrul Hadi, Haryono, (1998) *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Arifin Imron, (1996) *Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan dan Keagamaan* Malang: Kalimassahadah Press.
- A. fatchan, (2013) *Langkah Penelitian Kualitatif Pendekatan Konstruksi dan Fenomenologi METODE Penelitian Kualitatif*: Malang: UM Press.
- Ahmad Fauzi, Tesis, (2010). *Strategi Pengembangan Kurikulum Pendidikan Tinggi Agama Islam Swasta (PTAIS) dalam meningkatkan mutu pendidikan studi komparatif di Universitas Muhammadiyah Malang dan Universitas Islam Malang*, Malang.
- Anggoro, M.Linggar, (2010) *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Barnawi & Muh. Arifin, (2013) *Branded School*. Jakarta: Ar-ruzz Media,
- Borang Akreditasi, (2013) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Malang.
- Borang akreditasi universitas, (2013) standar 2 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Malang.
- Burhan Bungin, (2012) *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: fajar interpratama offset.
- Betty Wahyu Nilla Sari, (2012) *Humas Pemerintah*, Graham Ilmu, Jogjakarta.
- Buchari Alma, (2000). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabet, Bandung.
- Cutlip, Center and Broom, (2001) *Effective Public Relations*.
- Dede Oetomo, 2007 *Penelitian Kualitatif: Aliran dan Tema, (EDS) Metode Penelitian Social : Berbagai Alternative Pendekatan*, Jakarta: Kencana.

Daulat Purnama Tampubolon, (2001) *Perguruan Tinggi Bermutu*, Jakarta: Gramedia.

Dokumen Pendukung Borang Akreditasi, (2013) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Evaluasi diri, (2013) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

E. Mulyasa, (2003) *Manajemen Berbasis Sekolah*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, cet. III dan IV

Edward Salis, (2010) *Total Quality Management*, Jogjakarta: IRCiSoD

Effendy, Onong Uchjana, (2002) *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Edward Salis, (2012) *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, Jogjakarta: IRCiSoD.

Fathul Jannah, (2009) *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*. Yogyakarta: Safiria Isania Press

Fandi Tjiptono & Anastasya Diana, (2003) *Total Quality Management*, Jogjakarta: Andi Offset,

Faisal Afiff, (1984) *Strategi Pemasaran* Bandung: Angkasa.

Frida Kusumastuti, (2004) *Dasar-Dasar Humas*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Felix Jebarus dan Muslim Basya. (2013) *Standar Kompetensi Menuju Humas Professional*, Jakarta, Lembaga Sertifikasi Profesi.

Frazier Moore, Ph.d, (2004) *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Gema, Edisi 69, Januari-Februari 2014.

Hanif Saha Ghafur, *Manajemen Penjaminan Perguruan Tinggi Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

http://id.wikipedia.org/wiki/Perguruan_tinggi

<http://yulia91.blog.binusian.org/2011/05/25/antara-periklanan-dan-hubungan-masyarakat-terhadap-media/>

<http://agungbae123.wordpress.com/2013/03/04/portofolio-mahmud-arif-tentang-humas/>

<http://id.wikipedia.org> diakses pada 22 Desember 2013.

Hanif Saha Ghafur, (2008) *Manajemen Penjaminan Perguruan Tinggi Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.

Har Tilaar, (2012) *Kaleidoskop Pendidikan Nasional*, Jakarta, Kompas.

Ike Devi Sulistyaningtyas, (2007) *Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi*, *Jurnal ilmu komunikasi*, Yogyakarta:

Iqbal Hasan, (2002) *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* Jakarta: Ghalia Indonesia.

I Gusti Ngurah Putra. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit UAJ.

Jamaluddin Sawaji, Djibir Hamzah, dan Idrus Taba, (2011) *An Analysis of Student's Decision Making to Choose Private Universities in South Sulawesi*, Karya Tulis Ilmiah Makasar.

John M. Echol dan Hasan Shadily, (1996) *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta : PT Gramedia, cet. XXIII

Marasudin Siregar, (1988) "*Pengelolaan PEngajaran; suatu Dinamika Profesi Keguruan*", dalam Chabib Thoha (eds), *PBM-PAI di Sekolah; Eksistensi Proses Belajar Mengajar Pendidikan Agama Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cet. I.

Moh. Nazir, (1999) *Metode Penelitian* Jakarta: GHalia Indonesia.

Muslimin, (2004) *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. Malang: UMM Press.

Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, (2012) *Analisis Data Kualitatif* Jakarta: UIP.

Morissan, (2010) *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta; Kencana.

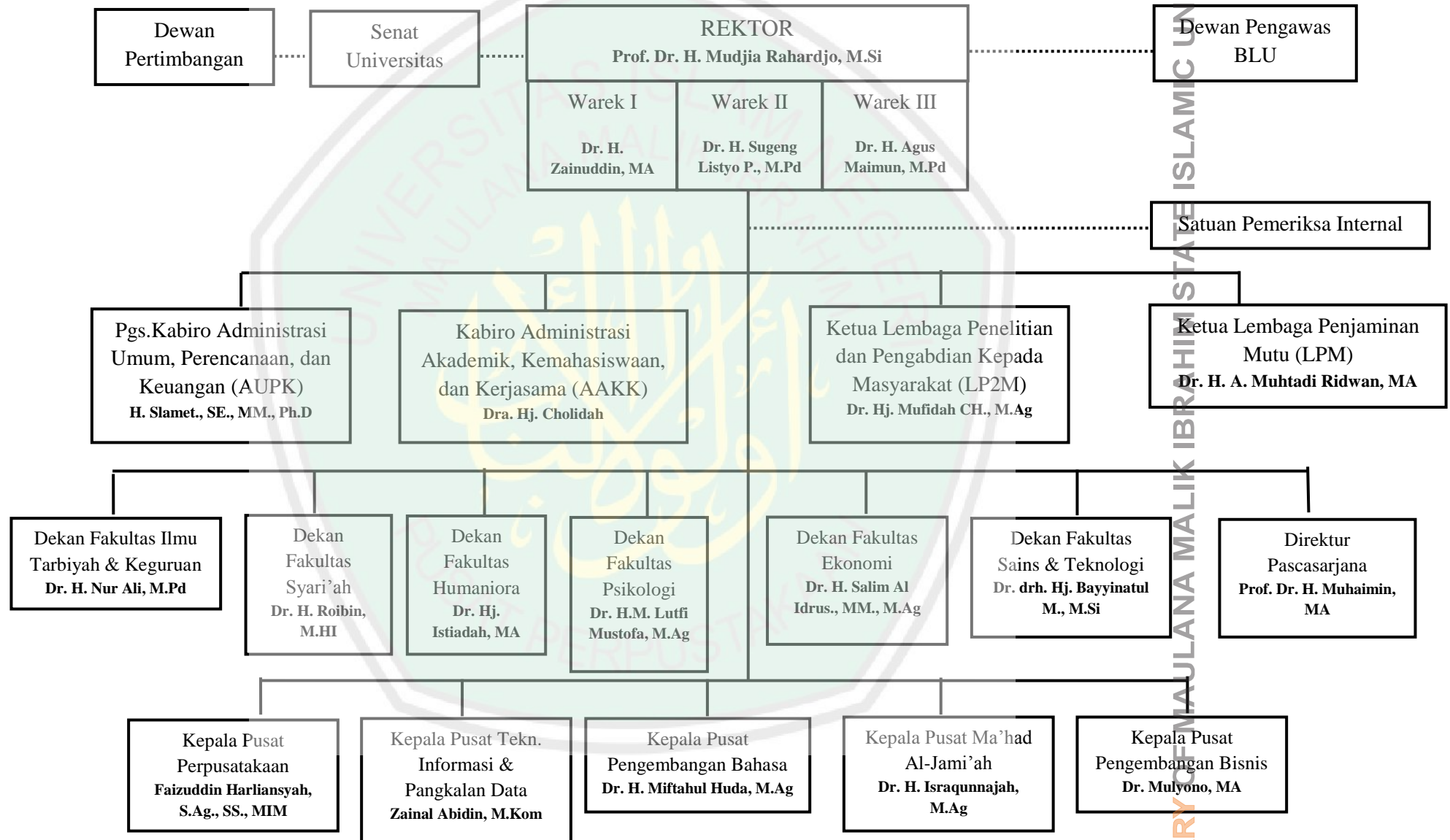
M. F. Gaffar, (2004) *Membangun Kembali Pendidikan Nasional dengan Fokus Pembaharuan Manajemen Perguruan Tinggi Pada Era Globalisasi* . Surabaya: Makalah Konvensi Nasional Pendidikan Indonesia V 5-9 Oktober.

Mulyono, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar (Mewujudkan Keunggulan Madrasah)*, Vol 2, No. 1 Juli-Desember 2009,

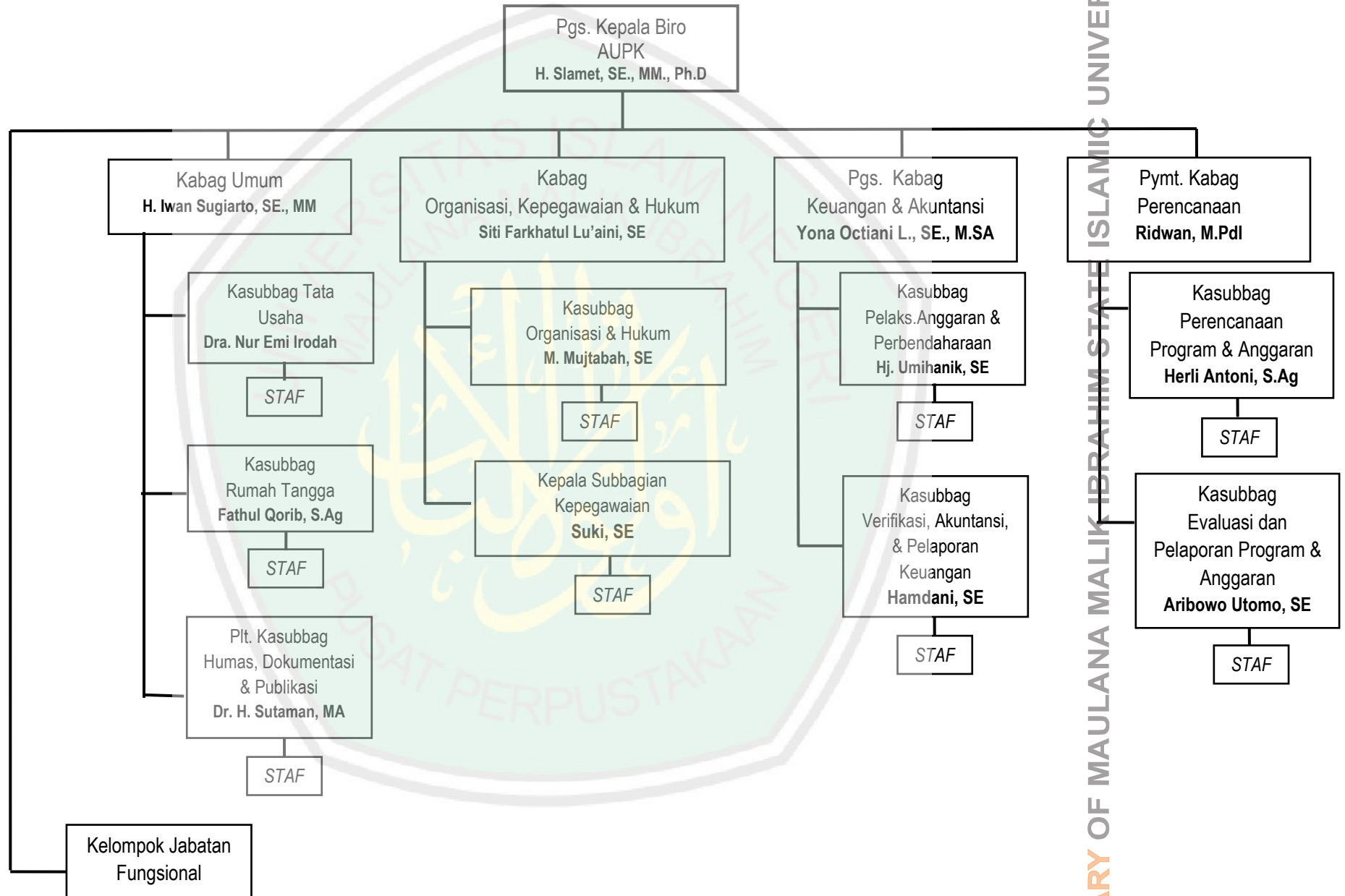
- Mulyono, *Jurnal Studi Keislaman (Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan)* Vol. XV. Nomor.1.juni 2011
- Mulyono, (2008) *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*, Jogjakarta: Arruzz media.
- Ngalim Purwanto, (1995) *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, cet. VII
- Nur Jihad, (2010) *Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pendidikan Islam (Studi Multisitus di SMPN I dan MTsN Taliwang Sumbawa Barat)*. Tesis, Malang: PPs UIN Maliki
- Nanang Fatah, (2002) *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan*, Bandung: RosdaKarya.
- Nanih Machendrawaty, Agus Ahmad Safei, (2011) *Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pius A Partanto & M. Dahlan al-Barry, (1994) *Kamus ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola.
- Pedoman Penjaminan Mutu (Quality Assurance) Pendidikan Tinggi, DEPDIKNAS DIKTI
- Profil dan tantangan strategis, (2013) UIN MAULANA Malik Ibrahim Malang.
- Rosady Ruslan, (2010) *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Radar Malang , 22 Juni 2014
- Shahih Bukhari, Bab tentang Sesungguhnya Amal Itu Bergantung Dengan niat Dan Pengharapan, Dan Setiap Mukmin Akan Mendapatkan Sesuai Dengan Niatnya, Hadist.
- Sutrisno hadi, metode research 1 Yogyakarta: yayasan penerbitan fak. Psikologi UGM, 1984
- Syaiful Sagala, (2009) *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Pembuka Ruang Kreativitas, Inovasi dan Pemberdayaan Potensi Sekolah dalam Sistem Otonomi Sekolah*, Bandung: ALFABETA.
- Scott M. Cutlip, et al., (2009) *Effective Public Relations*, Dialihbahasakan oleh Tri Wibowo, B.S,Jakarta: Kencana,

- Suryosubroto, (2001) *Humas Dalam Dunia Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Mitra Gama Widya.
- Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, (2007) *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2008) *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R & D*, Bandung alfabet,
- Suharsimi Arikunto, (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Sunarko, *Persepsi Siswa Tentang Pencitraan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Trenggalek*, (Malang: Magister Pendidikan Kejuruan Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang, 2009).
- Taufiq m, *Upaya Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam Studi Kasus di Sekolah Dasar Plus Al-Kautsar Malang*, Tesis (Malang: PPs UIN Maliki, 2009).
- UIN Malang, *Konsep Pendidikan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang*, Tarbiyah Uli Al-Albab: Dzikir, Fikr Dan Amal Shaleh. Malang: UIN Malang, 2009
- UIN Malang, *Arah, Kebijakan dan Dinamika Kerjasama*, Malang, UIN Malang, 2004
- UGM, System Penjaminan Mutu, Jogjakarta: MEMBER OF AUN-QA
- Webometric, 2013, Ranking Terbaru Universitas di Indonesia, <http://www.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20>, diakses pada 13 februari 2014
- Wina Sanjaya, (2006) *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yenni Muflihah, (2013) *Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru*, Proposal Tesis, Malang: Uin Malang,
- Zulkarnain Nasution, (2010) *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*, Malang: UMM Press.

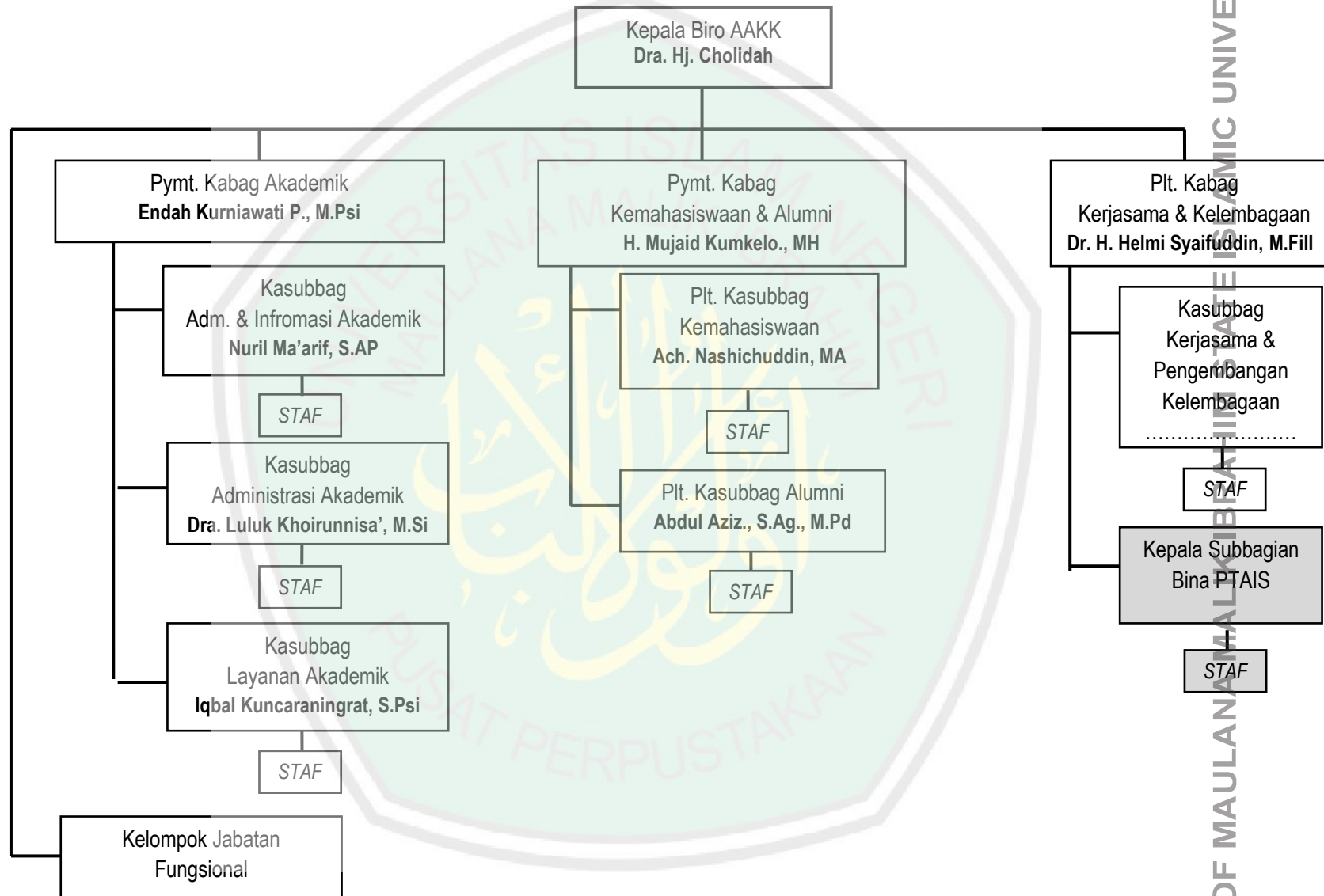
**PERATURAN MENTERI AGAMA NOMOR 8 TAHUN 2013
STRUKTUR ORGANISASI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
BADAN LAYANAN UMUM (BLU)**



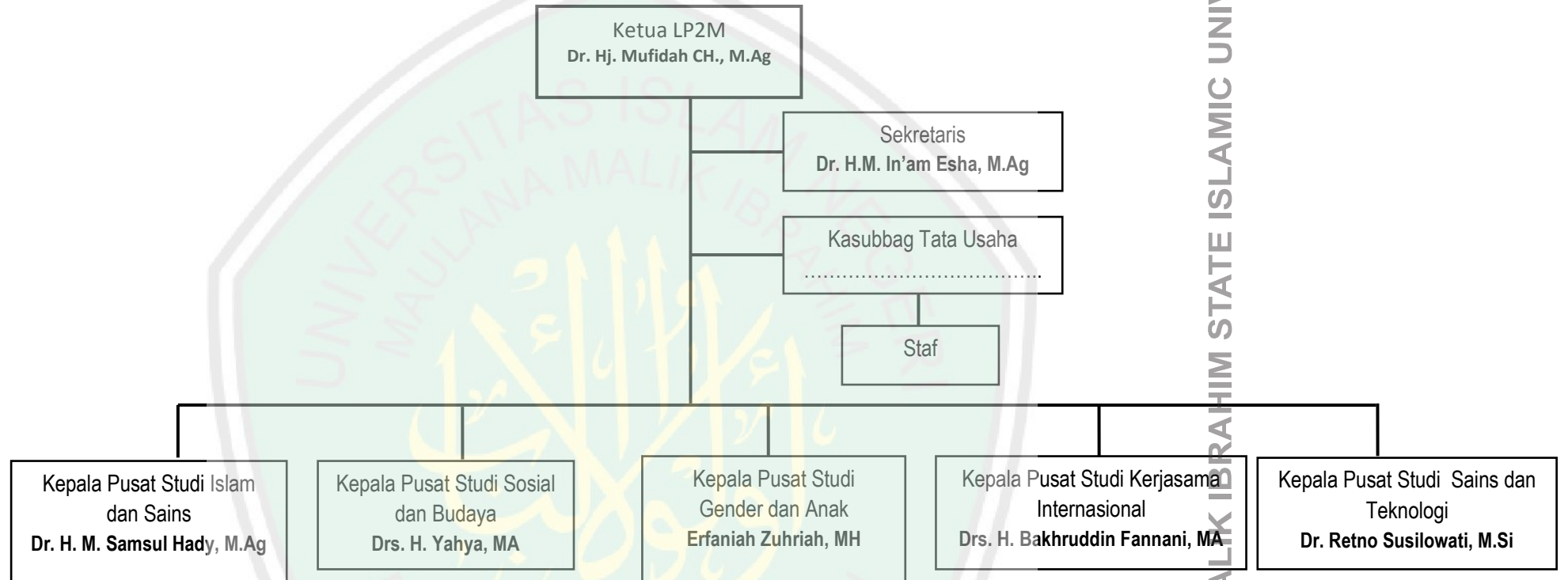
**STRUKTUR ORGANISASI
BIRO ADMINISTRASI UMUM, PERENCANAAN, DAN KEUANGAN (AUPK)**



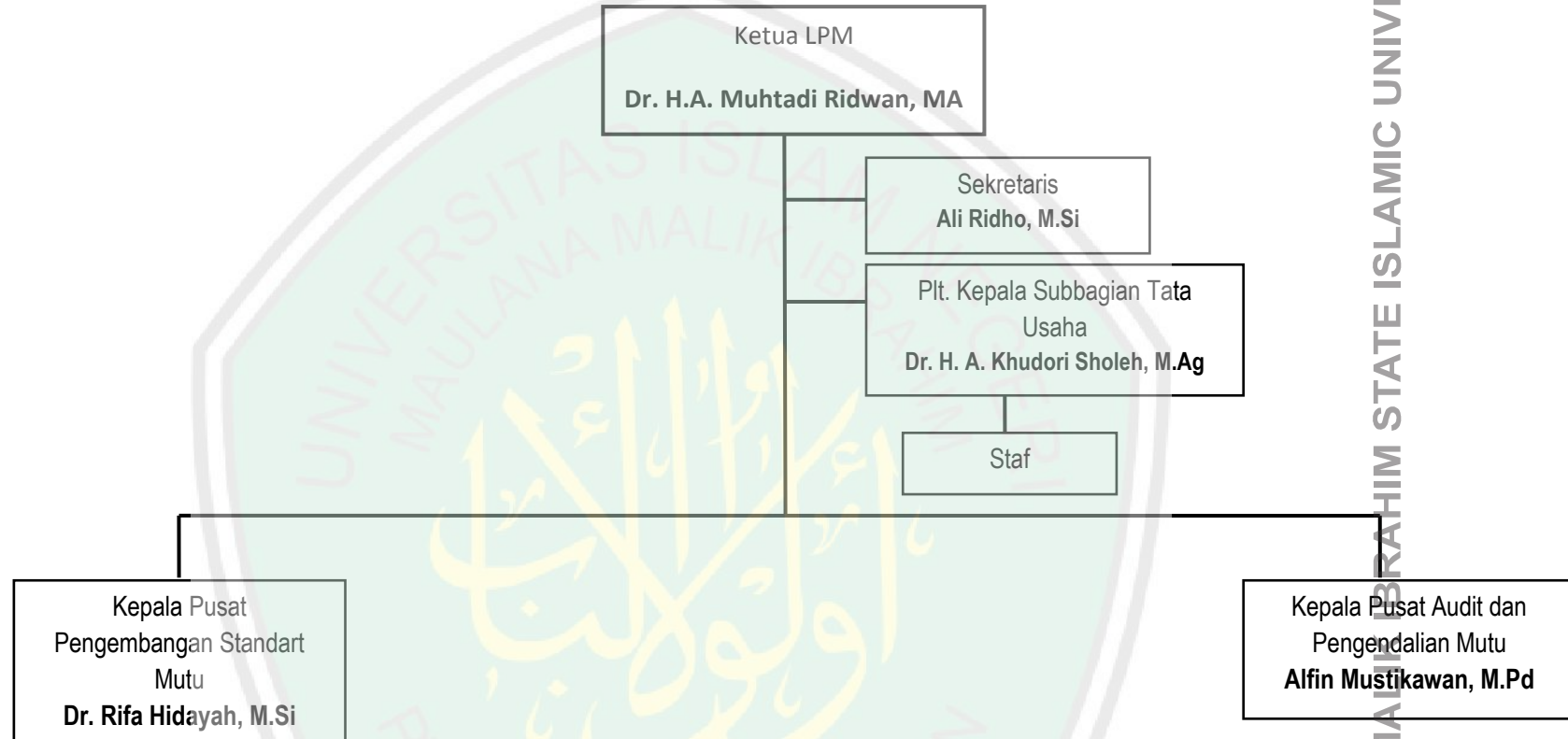
**STRUKTUR ORGANISASI
BIRO ADMINISTRASI AKADEMIK, KEMAHASISWAAN, DAN KERJASAMA (AAKK)**



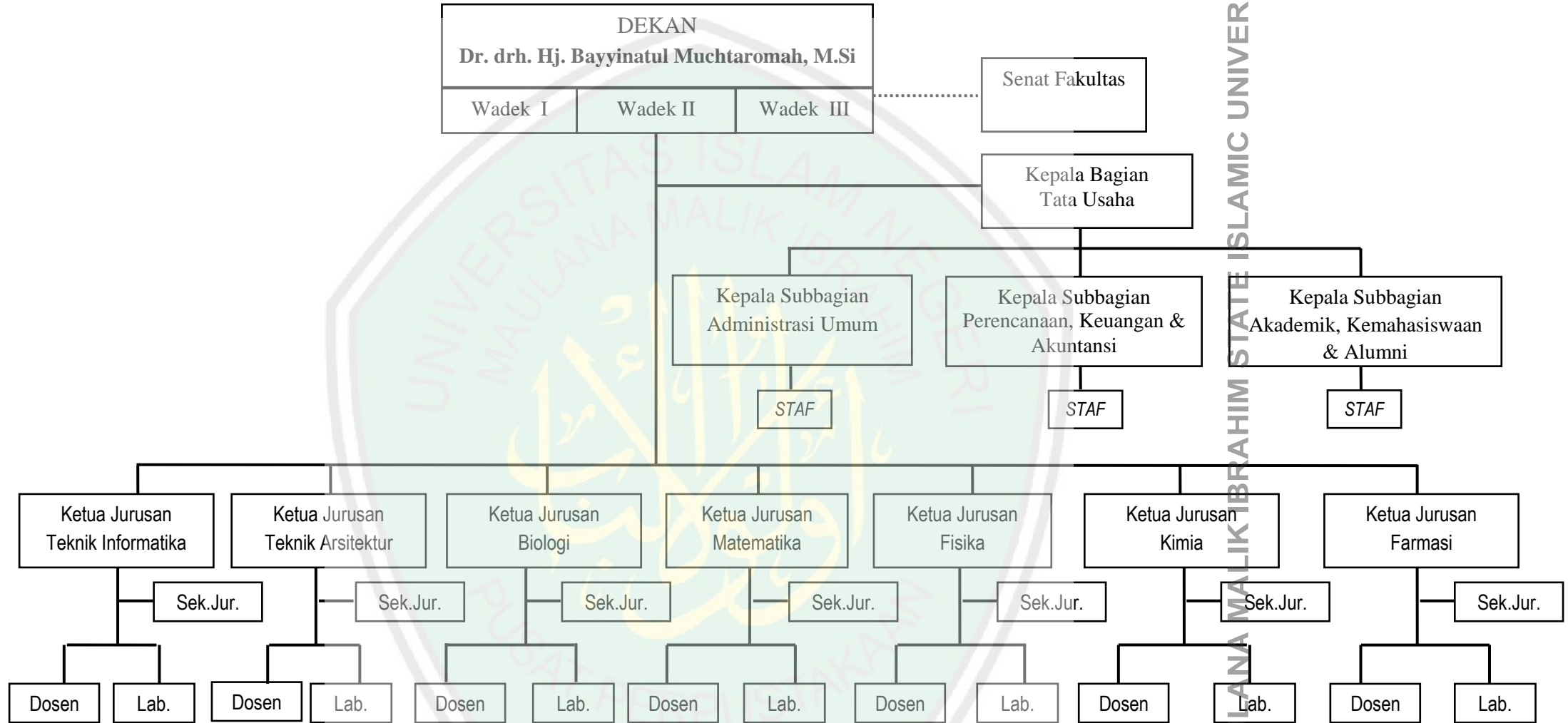
STRUKTUR ORGANISASI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)



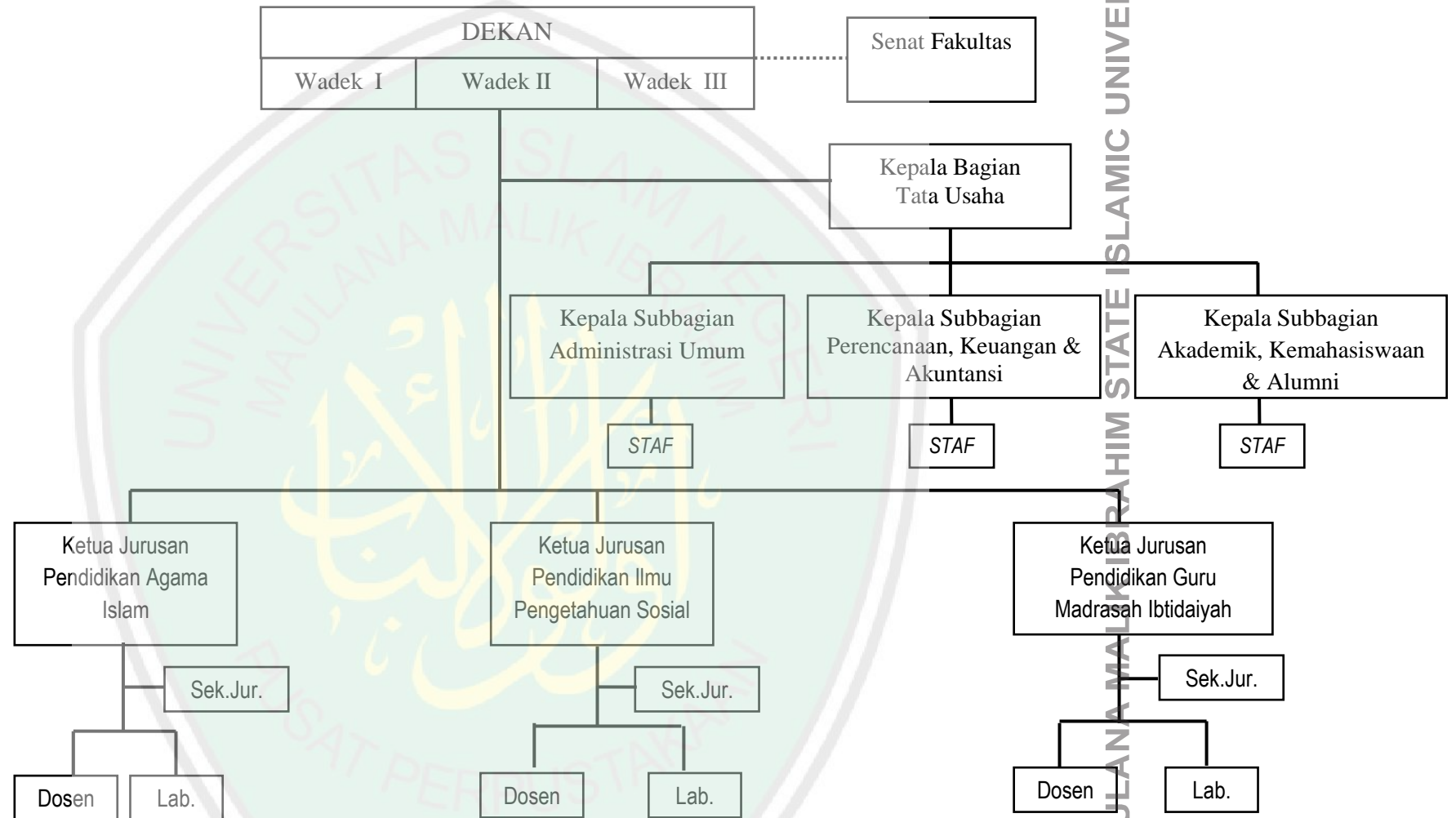
**STRUKTUR ORGANISASI
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU (LPM)**



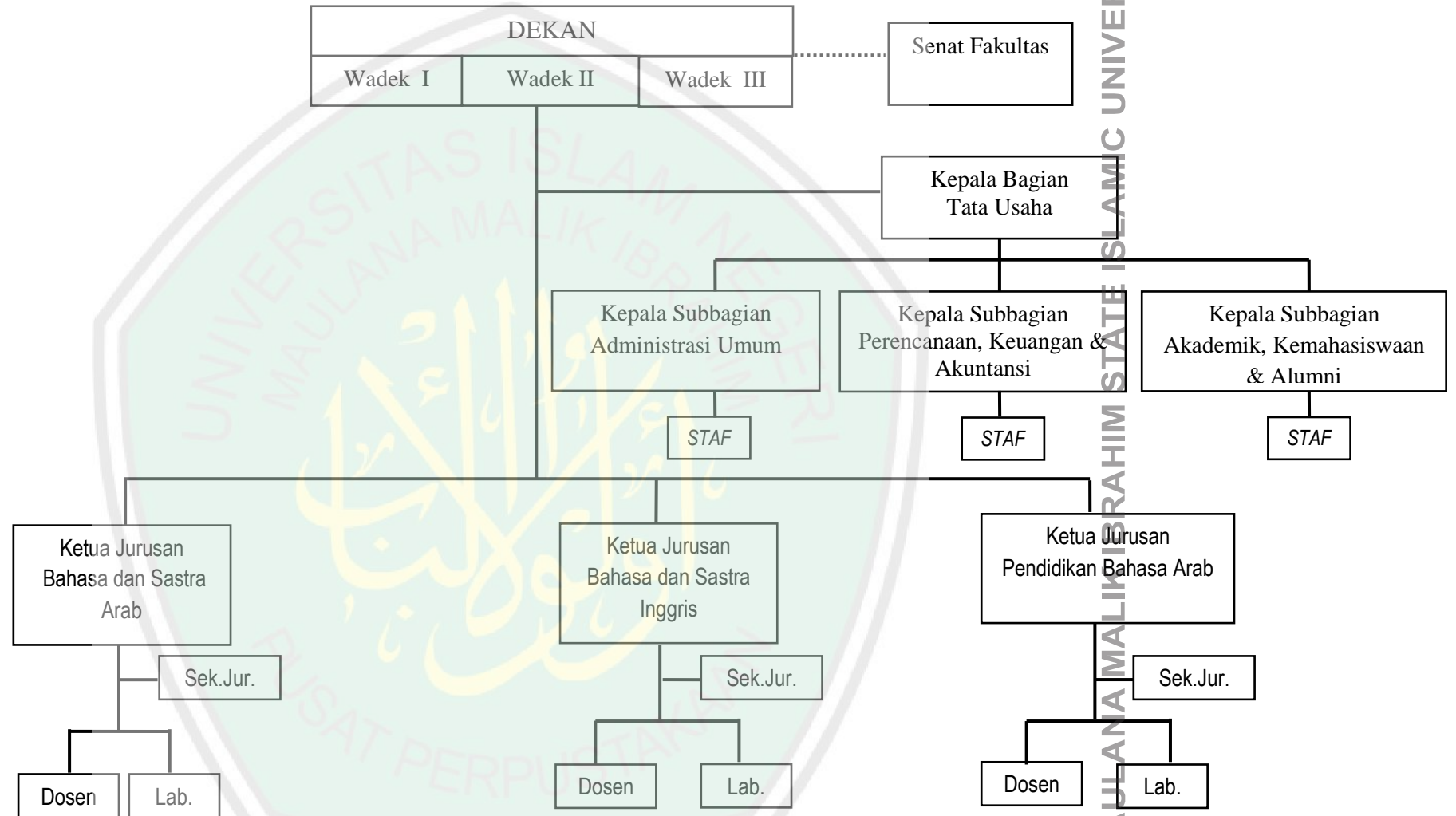
STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI



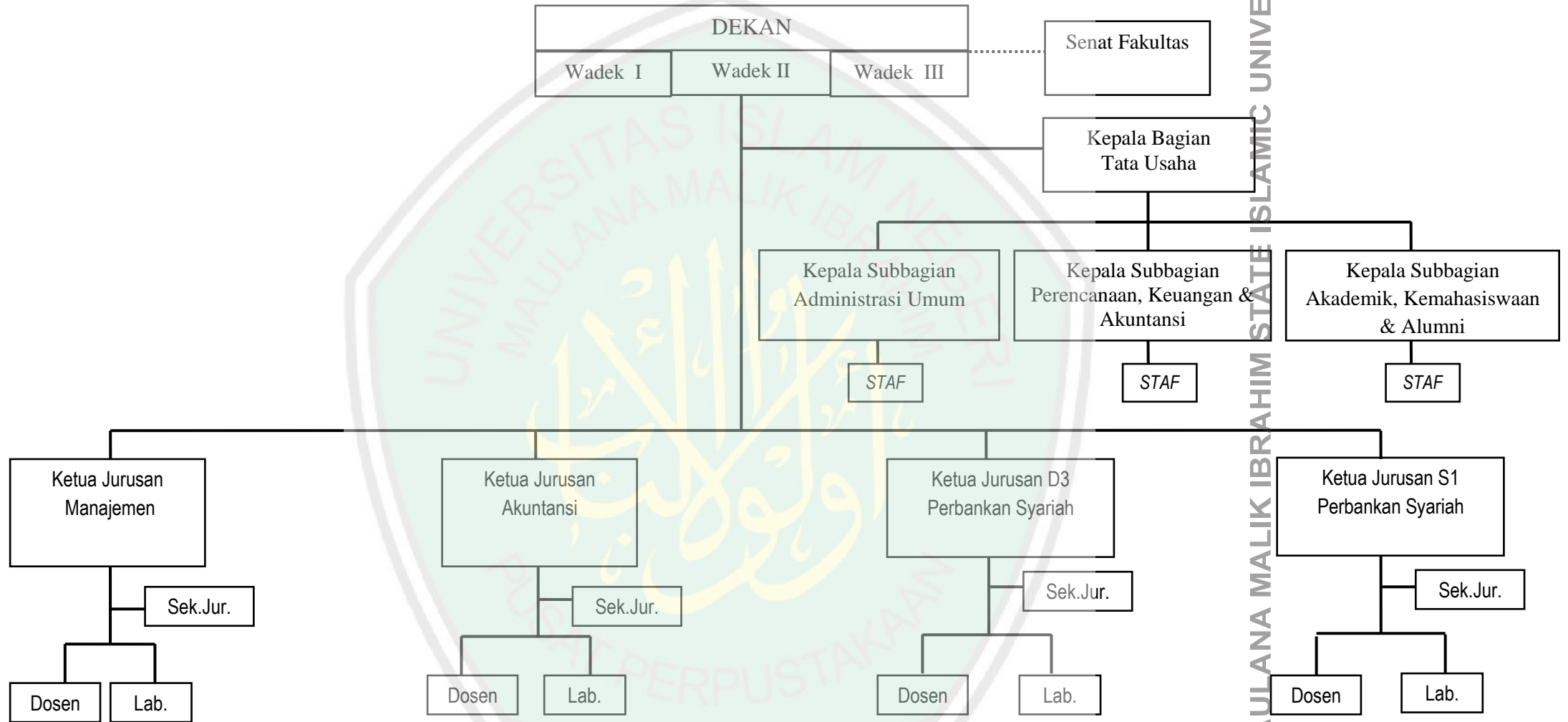
**STRUKTUR ORGANISASI
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**



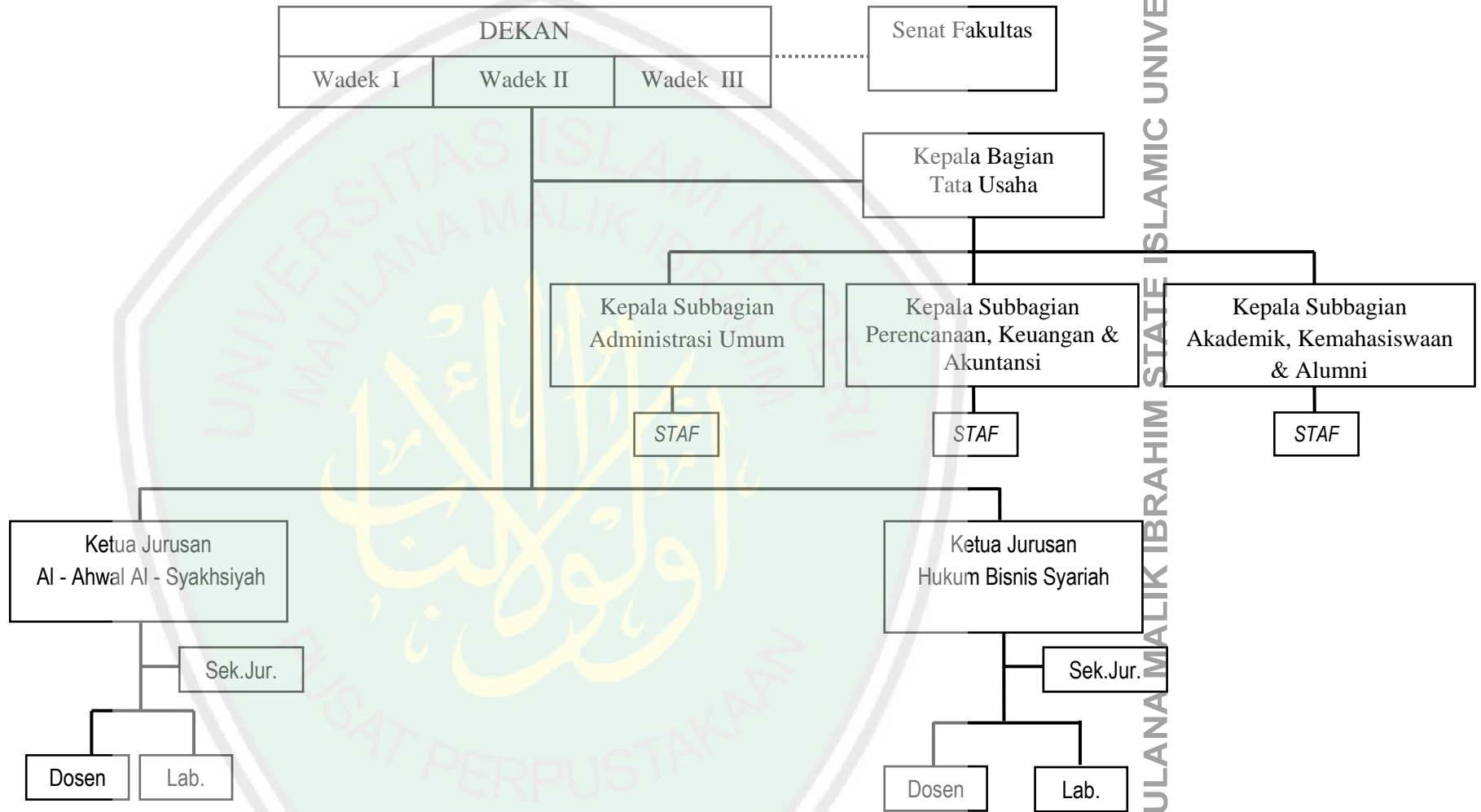
STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS HUMANIORA



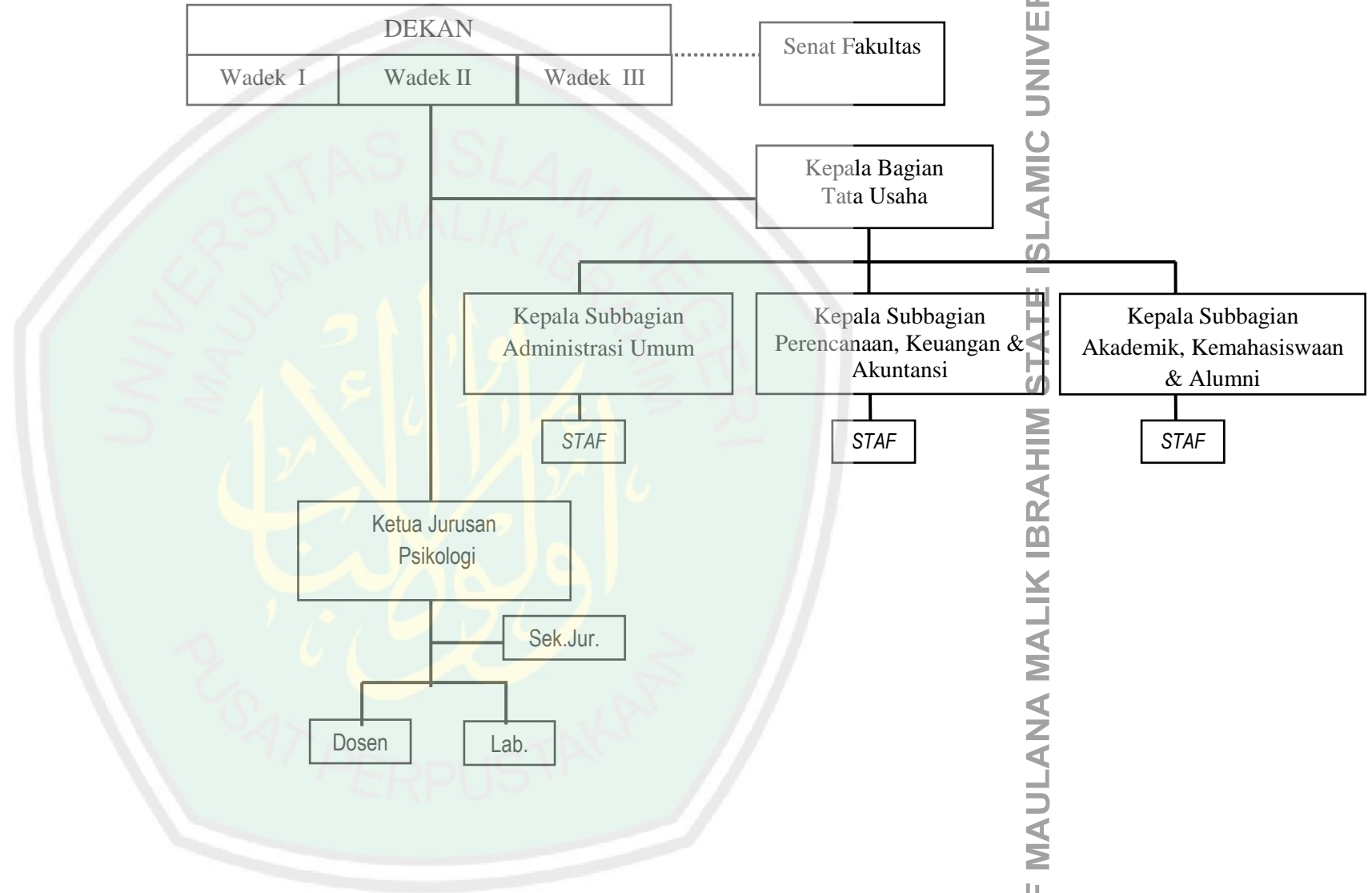
**STRUKTUR ORGANISASI
FAKULTAS EKONOMI**



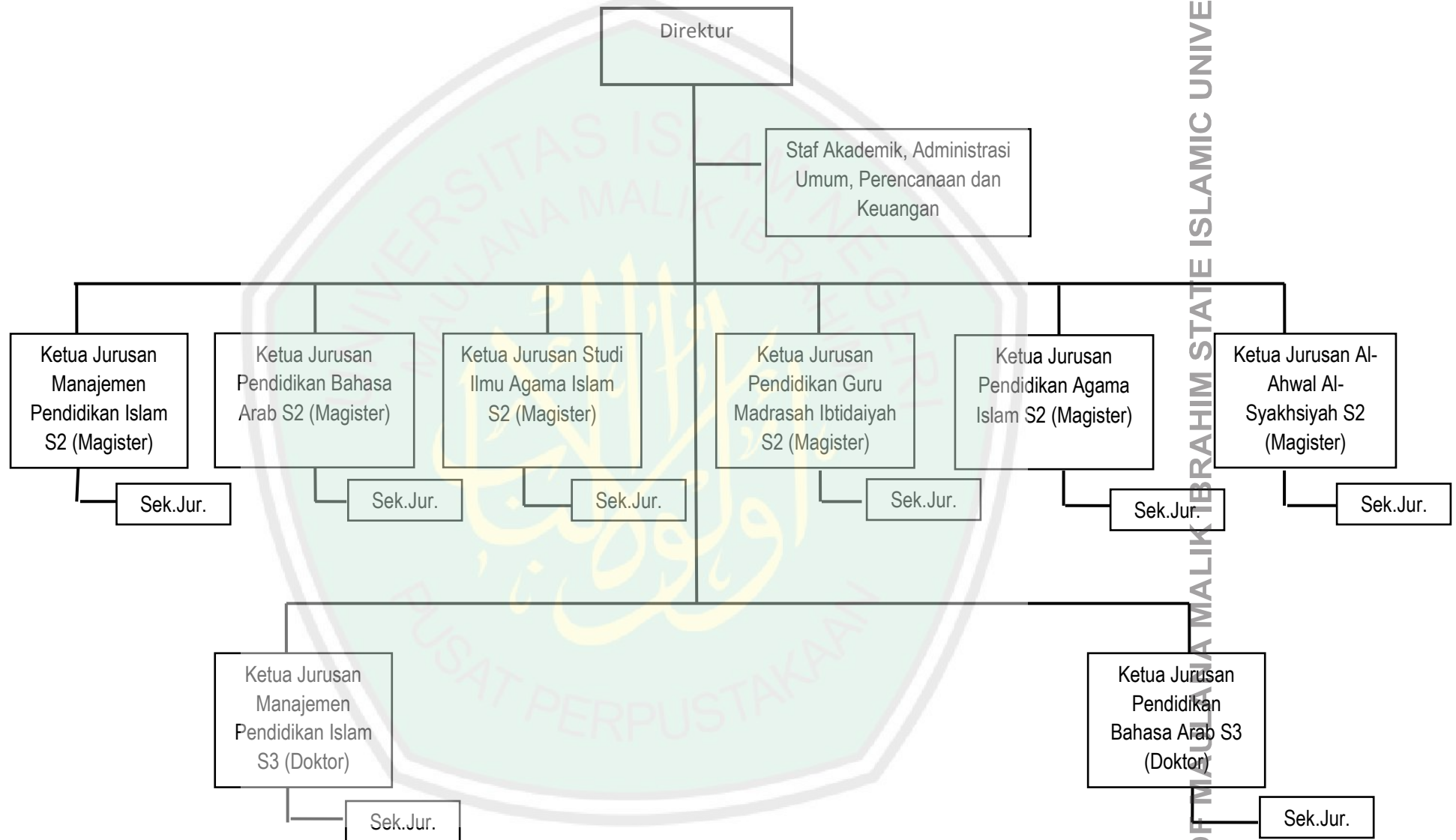
STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS SYARIAH



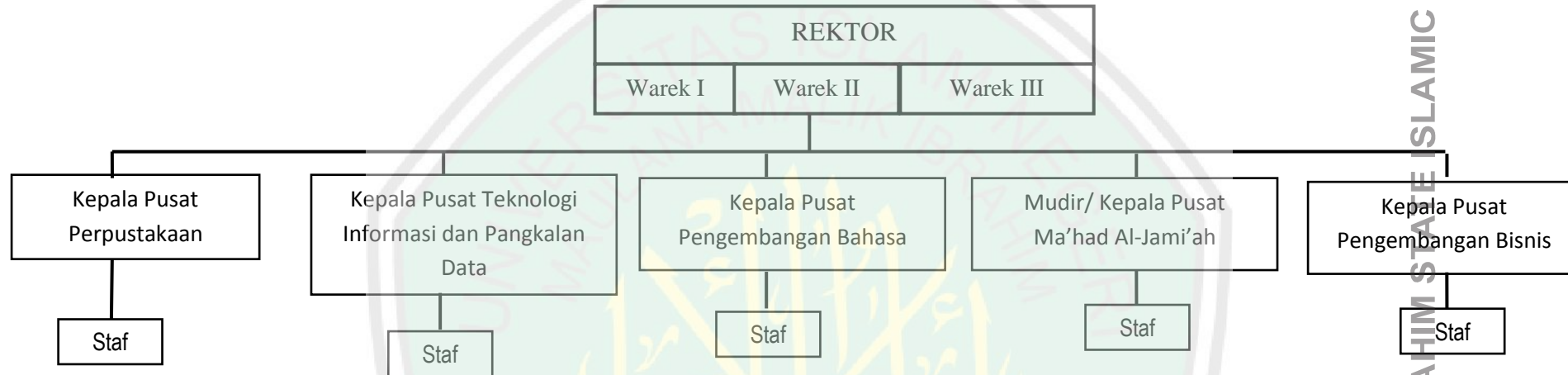
**STRUKTUR ORGANISASI
FAKULTAS PSIKOLOGI**



STRUKTUR ORGANISASI PASCASARJANA



**STRUKTUR ORGANISASI
UNIT PELAKSANA TEKNIS (UPT)**



KETERANGAN :

Rektor

Warek I = Wakil Rektor Bidang Kerjasama dan Pengembangan Lembaga

Warek II = Wakil Rektor Bidang Adm. Umum, Perencanaan dan Keuangan

Warek III = Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dekan

Wadek I =Wakil Dekan Bidang Akademik

Wadek II =Wakil Dekan Bidang Adm. Umum, Perencanaan dan Keuangan

Wadek III =Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

