

**PERAN HUMAS DALAM PEMBENTUKAN CITRA FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
DI IAIN PADANGSIDIMPUAN**

Oleh  
Nurfitriani M.Siregar M.Kom.I  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan  
Email: [ifitsiregar17@gmail.com](mailto:ifitsiregar17@gmail.com)

**Abstract**

The purpose of this study is to assess an overview of the role of public relations in developing the image of the Da'wah and Communication Sciences faculty. To explore this, researchers conducted a qualitative descriptive study method using this approach as a way to analyze and discuss the data obtained. The role of public relations in each faculty in each tertiary institution is very important, because in every tertiary institution it requires the work of a publicist to assist the work program, and also public relations can maintain the image of an institution, so that an institution can be known and trusted by the public with public relations strategy. A PR is a bridge or the first door of an image that is formed in the community at a particular institution.

*Keyword: Public Relations, Imagery*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini yang dilaksanakan untuk menilai gambaran umum Peran Humas dalam Mengembangkan Citra fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi. Untuk mengupas ini peneliti lakukan melalui metode studi *deskriptif kualitatif* dengan penggunaan metode ini dilakukan untuk menganalisa dan membahas data yang diperoleh. Peran humas dalam tiap fakultas yang ada dimasing-masing perguruan tinggi sangat penting, karena disetiap perguruan tinggi membutuhkan tenaga humas untuk menjalankan promosi atau membangun citra fakultas, dan juga menjembati segala kegiatan dan juga program kerja yang ada di fakultas, sehingga fakultas juga perguruan tinggi tersebut mudah di kenali publik dengan strategi humas yang dilakukan. Sehingga terciptanya citra atau image yang baik.

*Kata Kunci: Humas, Citra*

## A. Pendahuluan

Para ahli sudah mempelajari bagaimana orang berkomunikasi antara satu sama lain, bagaimana mereka berkomunikasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan para ahli komunikasi yang dilakukan antarmanusia itu munculnya teori komunikasi sehingga dapat disimpulkan bagaimana cara antarmanusia baik itu individu atau kelompok berkomunikasi dapat dilihat apa yang terjadi saat komunikasi itu berlangsung. Ilmu komunikasi ini merupakan bidang ilmu yang sangat luas cakupannya sehingga teori komunikasi yang dihasilkan jumlahnya begitu banyak. Perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi jadi teori ini kemudian digolongkan menurut bidang masing-masing cakupan keilmuannya tersendiri.

Berbicara tentang komunikasi adalah suatu hal yang terpenting, namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Komunikasi antarmanusia begitu sangat berpengaruh pada manusia lainnya, baik manusianya sudah kenal lama maupun dipertemuan pertama atau tidak kenal sama sekali. Jadi Komunikasi ini memiliki peran terpenting bagi kehidupan manusia, oleh sebab itu para praktisi human harus memperhatikan secara detail problema dalam komunikasi ,khususnya dalam teori komunikasi.<sup>1</sup>

Sementara itu, proses komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Tujuan dari proses komunikasi tersebut adalah tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antar kedua belah pihak. Sebelum pesan terkirim pada komunikan, tugas penyampai pesan memberikan arti yang dapat diterima publik.

Melalui transfer informasi tersebut terjadi proses interpretasi, yaitu peng-encode-an pesan ter-decode oleh komunikan dengan berbagai prespektif yang didasari dari pengalaman (*field of experiences*) dan kerangka referensinya (*frame of references*). Kemudian pihak komunikan akan memberikan reaksi atau umpan

---

<sup>1</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations: Starategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2010), Hlm. 37.

balik (*freed back*), baik tanggapan bersifat positif maupun negatif kepada pihak komunikator.

Pelaksanaan Humas jika dikaitkan dengan kegiatan yang lain, maka sarana komunikasinya merupakan hal yang sangat penting dalam penyampaian pesan (*messeg*) dalam komunikasi untuk tercapainya komunikasi sesuai tujuan bersama, dan tercapainya tujuan komunikasi publik. Newson and Siefried, mengatakan tidak terpisahnya komunikasi dengan kegiatan humas, “inti dari tugas tenaga humas harus dapat menguasai berbagai ilmu komunikasi”. pada akhirnya hal terpenting dari semua, seorang yang bertugas dalam tenaga humas haruslah orang yang ahli dalam bidang komunikasi).

Robert D.Ross mengungkapkan komunikasi merupakan alat terpenting dalam kegiatan ketenagan humas. Pekerjaan yang dilakukan tenaga humas dapat dipercayai dan dihargai publik, jika komunikasi yang ada didalamnya komunikasi yang baik dan efektif yang mudah dipahami publik.<sup>2</sup>

Fungsi komunikasi dalam organisasi atau lembaga di perlukan penyalur berbagai pesan kepada publik. Jadi disini dibutuhkan tenaga humas sebagai penyalur informasi. Karena dalam media humas ini ada beberapa bidang yang menjadi bahagian dari humas antara lain: komunikasi perusahaan, periklanan, hubungan masyarakat dengan perusahaan, alat penyebar informasi.

Peran tenaga humas dalam suatu instansi pendidikan tinggi sangat dibutuhkan, karena perannya disini sebagai alat penyampaian pesan dan informasi yang bersangkutan dengan kegiatan perguruan tinggi begitu juga fakultas yang ada. Peran tenaga humas untuk memperkenalkan dan menerapkan kegiatan yang dilakukan organisasi, jadi humas bisa dipastikan dapat memanejen semua kegiatan yang ada dan menjadi alat penyalur informasi kepada publik.<sup>3</sup>

Tugas seorang humas semaki bias dengan tidak adanya konsentrasi profesi maka dibutuhkan tenaga humas memahami tugasnya dengan tepat, tidak hanya

---

<sup>2</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Pers, 2008), hlm.81-83.

<sup>3</sup> Yanuar Luqman, "Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Semarang", *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1, 2013 (<https://Ejournal.Undip.Ac.Id>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 13. 23 Wib).

pelengkap dibgaian satuan kerja akan tetapi tugasnya merangkap sebagai sekretaris direksi. Sebagaimana yang dikonsep oleh Broom untuk tugas humas , dan selanjutnya dikembangkan oleh Bromm dan Smith yaitu tugas humas merupakan suatu kunci terpenting dalam tugas dan fungsi humas di dalam organisasi.<sup>4</sup>

Tugas dan fungsi humas adalah untuk memanage, membangun dan juga mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dan harmoni antara organisasi suatu instansi degan publik dapat mempengaruhi masyarakat dengan gambaran baik buruknya suatu instansi,maka dari itu sangat dibutuhkan tenaga humas untuk memajukan suatu tujuan fakultas. Berdasarkan teori dan tugas humas menurut Dozier dan Broom mengemukakan suatu instansi tugas dan fungsi humas dibagi menjadi 4 bagian diantaranya sebagai ahli penasehat, fasilitator komunikasi dan problem sholving dan sebagai teknisi komunikasi.

Tugas dan fungsi humas disuatu instansi dibutuhkan untuk melaksanakan semua kegiatan yang ada di instansi, dan disini tanggungjawab humas harus bisa menjaga nama baik instansi sehingga dapat mebangun citra positif sampai masyarakat dapat mengenal dan mempercayai instansi tersebut.<sup>5</sup>

Pendidikan merupakan aspek sangat penting dari pelaksanaan hak-hak asasi manusia, penyelenggaraan hak tersebut dilakukan setiap negara demi mencapai cita-cita dan tujuan nasional negara yang bersangkutan. Indonesia termasuk salah satu negara yang mengakui dan melindungi hak asasi manusia di bidang pendidikan.<sup>6</sup>

Pendidikan merupakan ladang investasi terbesar dalam membangun dan membentuk manusia seutuhnya (*insanul kamil*). Sentuhan pendidikan diyakini mampu membentuk sumberdaya manusia (*human resources*) yang beradab dan berkualitas. Perguruan tinggi di Indonesia pada masa reformasi masih terus

---

<sup>4</sup> Dewi Soyusiawaty Dan Choirul Fajri, "Strategi Humas Dalam Menjalin Good Relationship Dengan External Stakeholders Uad", *Jurnal Komuniti*, Vol. Viii, No. 2, 2016 (<https://journals.ums.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 13.54 Wib).

<sup>5</sup> Kurnia Setiyo Rini, Dkk, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 6 No. 1, 2017, (<https://ejournal.undip.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 13.23 Wib).

<sup>6</sup> Elvinaro Ardianto, *Public Relations On The Net* (Jakarta: Mediator, 2001), Hlm. 11–19.

mengalami persoalan yang sangat rumit. Persoalan yang mengemuka bermacam-macam, mulai dari campur tangan pemerintah (*birokratisasi*) dalam pengelolaan perguruan tinggi, biaya pendidikan yang tidak terjangkau oleh kaum miskin, kualitas riset dan publikasi yang memprihatinkan, sampai dengan masalah kultur budaya akademik yang belum sepenuhnya terbangun.<sup>7</sup> Oleh karena itu perguruan tinggi memerlukan adanya profil perguruan tinggi tersebut yang mampu menampilkan sosok kualitas personal, sosial, dan profesionalisme dalam menjalankan tugasnya. Sehingga penulis mengangkat judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

## **B. Pengertian Humas**

Public relations atau humas pada dasarnya satu kegiatan penyampaian informasi atau bahagian dari komunikasi, karena komunikasi yang terjadi didalam yaitu komunikasi timbal balik.

Defenisi lainnya dari Frank Jefkins dalam buku public relations in word marketing mengatakan bahwa humas adalah suatu sistem komunikasi untuk menciptakan kemauan baik.<sup>8</sup>

Pengertian humas dalam bahasa inggris adalah Public Realtions yaitu bertugas sebagai penyampai pesan antara organisasi dengan publik. Pengertian lainnya tugas humas untuk membangun citra positif sehingga adanya kerjasama yang baik antara organisasi dan publik.

Menurut Haris Munandar menerjemahkan definisi humas dari Frank Jefkins yaitu “perkerjaan tenaga humas yaitu mengumpulkan semua informasi baik itu dari internal maupun eksternal yang ada di lembaga maupun instansi ”.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Ida Suryani Wijaya, "Dinamika Komunikasi Organisasi Di Perguruan Tinggi", *Dakwah Tabligh*, Vol.14, No. 2, 2013, (<https://journal.uin-alauddin.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 21 September 2019 Pukul 22.13 Wib).

<sup>8</sup> Soleh Soemirat, Dan Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya: 2002), hlm. 12-13.

<sup>9</sup> Haris Munandar dan Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm. 9.

R. Sudiro Muntahar mengungkapkan “humas merupakan penghubung untuk mengupayakan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dengan hasil yang baik”.

Hasil kedua pendapat disimpulkan bahwa kegiatan humas pada dasarnya alat untuk penyampaian pesan yang dilakukan sesuai dengan visi misi suatu organisasi dengan menggunakan media massa melalui publisitas yang dilakukan.

### **C. Ciri -Ciri Humas**

Berikut ini ciri-ciri humas:

- 1) Komunikasi humas yang dilakukan dengan dua arah.
- 2) Semua informasi yang bersifat ajakan dengan bahasa yang mudah diterima publik.
- 3) Sasaran yang dituju adalah khlayak internal dan khlayak eksternal;
- 4) Efek yang di harapkan adalah terbitnya kerjasama yang baik antara instansi dan publik.<sup>10</sup>

### **D. Fungsi Humas**

Cutlip & Center, and Canfield mengungkapkan, tugas dan fungsi humas dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

- 1) Menjalin hubungan yang baik antara oragnisasi dengan pihak publiknya untu khlayak sasaran.
- 2) Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, tanggapan masyarakat terhadap oraganisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- 3) Mengizinkan publik untuk memberikan kritik dan saran untuk kemajuan bersama.
- 4) Adanya *feedback* komunikasi yang baik, sehingga jalan komunikasi antara publik dan organisasi agar pesa tersampaikan untuk membangun citra yang baik diantara kedua belah pihak.

---

<sup>10</sup> Effendi Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 132.

Jadi dapat disimpulkan tugas dan fungsi manajemen suatu humas berjalan sesuai arus komunikasi yang diinginkan, sehingga tercapainya suatu visi dan misi suatu lembaga, instansi ataupun suatu perusahaan.<sup>11</sup>

### **E. Peran Humas**

Berbicara tentang tugas ataupun peran seorang humas berkaitan dengan tugas dan fungsinya sesuai dengan F. Rachmadi mengungkapkan “Fungsi utama humas antara lain untuk membangun kerja samayang baik antara instansi ataupun organisasi dengan publik yang ada didalam dan diluar instansi, lembaga atau perusahaan untuk membangun citra positif”.<sup>12</sup>

Sedangkan Rosady Ruslan mengungkapkan 4 peran humas yaitu:

- a. Sebagai komunikator atau sebagai penyampai pesan antara organisasi dengan publik.
- b. Adnya saling ketergantungan antara organisasi dengan publik dengan ini adanya hubungan kerjasama.
- c. Pemberi motivasi dalam kegiatan humas.
- d. Membangun citra positif suatu organisasi.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa tugas dan fungsi tenaga humas dalaha sebagai mediator yang menyampaikan pesan yang positif kepada publik, dan juga sebagai penghubung kerjasama dengan instansi yang satu dengan yang lainnya.

### **F. Ruang Lingkup Tugas Humas**

Cutlip-Center Broom dalam bukunya *effective public relations* ruang lingkup humas secara jelas ada tujuh bidnag pekerjaan, sebagaimana yang diungkapkan Cutlip-Center Broom: *the contemporary meaning and practice of public relations includes all of the following activities and specialties (publicity, advertising, presagenti, public affaires, magement, lobbying, dan inferstor relations)*. Oleh karena itu pengembangan mutakhir humas mencakup seluruh

---

<sup>11</sup> Rosady Ruslan, *Op.Cit.*, hlm. 20-21.

<sup>12</sup> F. Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm. 21.

program kerja diantaranya: publisitas, iklan, prasagintri, public affairs, manajemen isu, lobi, dan hubungan infestor.

Pembagian tersebut diatas tentu tidak bermaksud mengabaikan peran humas dalam hubungannya dengan public internal yaitu para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, pemilik modal dan pemilik perusahaan. ruang lingkup pekerjaan humas tidak hanya public eksternal tetapi juga public internal. Ruang lingkup tugas humas juga tergantung dari karakter organisasi dalam menjalankan visi misi organisasi serta tujuan yang akan dicapai.

Ruang lingkup perkerjaan tenaga humas jadi dibagi menjadi padatkan menjadi enam bagian karena iklan sebagai pemasaran digabung menjadi *press agency* kebagian bidang publisitas. Oleh sebab itu humas dibagi menjadi 6 antara lain:

- 1) Publisitas
- 2) Pemasaran
- 3) Public Affairs
- 4) Manajemen Isu
- 5) Lobi
- 6) Hubungan kerjasama (investor).<sup>13</sup>

#### **G. Pandangan Islam Tentang Humas**

Berbicara tentang menjalin kerjasama dalam memelihara persaudaraan yang baik sebagaimana dengan firman Alla h SWT. dalam Q.S At-taubah :7-8.

كَيْفَ يَكُونُ لِلْمُشْرِكِينَ عَهْدٌ عِنْدَ اللَّهِ وَعِنْدَ رَسُولِهِ إِلَّا الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ عِنْدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ  
فَمَا اسْتَقْتُمُوا لَكُمْ فَاسْتَقِيمُوا لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ كَيْفَ وَإِن يَظْهَرُوا عَلَيْكُمْ لَا يَرْقُبُوا  
فِيكُمْ إِلَّا وَا ذِمَّةً يُرْضُونَكُمْ بِأَفْوَاهِهِمْ وَتَأْبَى قُلُوبُهُمْ وَأَكْثَرُهُمْ فَاسِقُونَ

Artinya: *Bagaimana bisa ada Perjanjian (aman) dari sisi Allah dan RasulNya dengan orang-orang musyrikin, kecuali orang-orang yang kamu telah Mengadakan Perjanjian (dengan mereka) di dekat Masjidilharaam? Maka selama*

---

<sup>13</sup> Morrisan, *Op. Cit.*, hlm. 13-14.

*mereka Berlaku Lurus kepadamu, hendaklah kamu Berlaku Lurus (pula) terhadap mereka. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa. bagaimana bisa (ada Perjanjian dari sisi Allah dan RasulNya dengan orang-orang musyrikin), Padahal jika mereka memperoleh kemenangan terhadap kamu, mereka tidak memelihara hubungan kekerabatan terhadap kamu dan tidak (pula mengindahkan) perjanjian. mereka menyenangkan hatimu dengan mulutnya, sedang hatinya menolak. dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang Fasik (tidak menepati perjanjian).*

Istilah humas secara umum persuasive yang anta individu dengan individu lainnya secara *face to face* dalam keadaan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan menyatunya suatu persuasi yang diharapkan. Jadi humas dapat diartikan sebuah komunikasi yang dilakukan dimanapun dan kegiatan apapun yang dilaksanakan didalam maupun diluar instansi.

Humas dalam konsep ajaran agama islam diarahkan kepada hubungan baik seseorang ataupun masyarakat yang berlandaskan al-quran dan hadis dan dalam ajarannya akan ada kaidah-kaidah atau norma hidup agar berkeseimbangan, serta amanah dan bekerja dengan ikhlas yang tinggi semata-mata mencari ridha Allah SWT.<sup>14</sup>

## **H. Penelitian Terdahulu**

- a) Mifrohatul Musyarrofah dengan judul Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi. Hasil penelitiannya yaitu Pentingnya menerapkan strategi public relations inidalam memasarkan Perguruan Tinggi disetiap disetiap instansi membutuhkan tenaga humas untuk dapat membangun citra suatu instansi agar mudah dikenal dan dipercayai publik keberadaan perguruan tinggi tersebu.
- b) Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo dengan judul Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana

---

<sup>14</sup> Fauzan, "Etika Humas Dalam Perspektif Islam: Tinjauan Epistemologis", *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, Vol. 2, No. 2, Desember 2018 (<https://journal.staincurup.ac.id>, diakses pada tanggal 23 September 2019 pukul 10.12 Wib).

Tunggadewi. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan tenaga humas yang ada di universitas ini adalah peran seorang PR harus dapat mempertahankan citra universitas dengan cara memperbaiki manajemen yang ada di dalam dan diluar universitas. Kemudian hal yang menghambat pekerja humas yang ada disini dana untuk memeperbanyak sarana dan prasarana dalam program humas yang dilaksanakan di perguruan tinggi tersebut.

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di lingkungan fakultas dakwah dan ilmu komunikasi IAIN Padangsidempuan yang terletak di Jl. T. Rizal Nurdin KM Desa Sihitang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara Kota Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara. Karena fakultas dakwah dan ilmu komunikasi adalah salah satu fakultas yang terdapat di IAIN Padangsidempuan dan merupakan fakultas yang bergelut dibidang dakwah dan komunikasi. Penelitian ini dilakukan di FDIK karena waktu yang dilaksanakan mulai dari Bulan Agustus sampai dengan Bulan September 2019.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti adalah *deskripsi kualitatif*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peristiwa secara sistematis, faktual, jelas dan terpercaya sesuai fakta yang terjadi dilapangan. Peneliti berusaha mendiskripsikan fakta yang dilapangan sesuai kondisi atau situasi dilapangan yang berkaitan dengan peran dan strategi yang dilakukan tenaga humas dalam membangun citra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi berupa menarik realities permukaan sebagai karakter tentang kondisi objek penelitian yang digambarkan.

## **J. Hasil Penelitian**

### **1. Peran Humas Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Pada bagian ini penulis akan mengemukakan tentang Peran Humas dalam Mengembangkan Citra fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi. Untuk mengupas ini peneliti lakukan melalui metode studi *deskriptif kualitatif*. dengan penggunaan pendekatan kualitatif sebagai cara untuk menganalisa dan membahas data yang diperoleh.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dapat dijelaskan bahwa peran seorang PR (Humas) di fakultas bertujuan untuk mencapai visi misi bersama dalam meningkatkan citra fakultas masing-masing disetiap instansi. Humas yang ada di fakultas harus selalu *uptodate* untuk menjaga citra instansi perguruan tinggi dan juga fakultas masing-masing agar tetap terjaga kepercayaan masyarakat di era masa kini.

Tugas Humas di setiap fakultas berupaya melakukan kegiatan untuk membentuk citra positif dengan menggambarkan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif seperti apa yang diharapkan oleh masyarakat pada umumnya. Dengan hal ini dapat mempengaruhi masyarakat melalui suatu tindakan sikap baik itu pendapat dan tanggapan bahkan akan merubah perilaku lebih positif terhadap tiap fakultas dimasing-masing di instansi perguruan tinggi.

Kegiatan yang dilaksanakan para petugas Humas dapat disimpulkan yaitu; Humas di FDIK bertugas untuk mengupayakan membangun komunikasi yang baik antara pemimpin yang ada difakultas dengan Dosen dan staf (pegawai). Jika ada terjadi permasalahan diantara pegawai dan pimpinan baik itu dalam hal pelanggaran aturan yang dilakukan, maka disini tugas seorang humas adalah berupaya menjadi penghubung atau mengkoordinasi permasalahan ini dengan pimpinan.

Misalnya adanya permasalahan dengan tenaga struktural, dengan adanya staf yang jarang bekerja, jadi disini peran humas itu berkomunikasi langsung dengan bagian kepegawaian yang ada diinstansi untuk memecahkan permasalahan yang terjadi, memecahkan masalah, dan berlanjut koordinasi dengan Wakil Rektor

2 Andaikan ada permasalahan dengan dosen, dari hasil komunikasi yang dilangsungkan maka masalah pekerjaan itu baik dalam struktural maupun fungsional akan ada sebuah *funishmen* berupa teguran secara lisan atau surat.

Peran humas disini sebagai manajerial, Dozier and Broom berpendapat, peran humas diantaranya sebagai *Expert prescriber*, artinya tugas humas diyakini dapat memberi solusi terhadap masalah yang dihadapi masyarakat dengan publik.

Petugas humas yang ada di FDIK menjembati komunikasi antara pimpinan dengan staf pegawai, dosen. Juga menjalin hubungan baik antara institusi dan juga publik eksternal yang saling menguntungkan satu sama lainnya untuk menjalankan program kerja masing-masing instansi ataupun lembaga harus tetap terjaga. Humas Fdik sering juga melakukan MOU baik itu melakukan kegiatan promosi fakultas bahkan kemajuan Perguruan tinggi IAIN Padangsidimpuan.

Setiap kegiatan yang dilaksanakan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi selalu berupaya melakukan kerjasama dengan lembaga lain agar dapat lebih mudah untuk membangun citra yang baik. Disini akan terjalin kerjasama dengan pihak internal maupun pihak eksternal dan akan melibatkan dalam kegiatan yang dilaksanakan contohnya dengan mengadakan event. Jadi dengan ini akan menjalin keakraban antara pimpinan, dosen, staf pegawai, mahasiswa dan juga masyarakat.

## **2. Peran dalam Pembentukan Citra**

Dunia pendidikan disebuah perguruan tinggi saat ini masih terbangun cita yang mengutamakan *social obligation* dengan kajian keilmuannya secara mendalam. Pada dasarnya bukan hal yang tabu masyarakat akademis dan juga masyarakat luas berhubungan dengan ekonomis praktis. Karena hal yang di katakan tabu ini berorientasi lebih kepada finansial bukan keilmuan. Pemikiran yang sangat sempit ini membatasi ruang gerak suatu instansi suatu perguruan tinggi menjadikn lebih berkesan elite dan eksklusif.

Kondisi masa kini sebuah perguruan tinggi berlomba-lomba untuk membuat masyarakat luas tertarik dengan kualitas yang bagus. Sehingga membangun citra positif suatu fakultas yang ada di masing-masing perguruan tinggi sangat penting.

Membangun citra bukan hanya dengan pendekatan massa tetapi juga dengan pendekatan lebih manusiawi, sehingga fungsi humas merupakan sebuah kebutuhan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Al Rise yaitu, fenomena humas merupakan kegiatan yang selalu dibutuhkan di setiap instansi baik itu di sebuah perusahaan, organisasi bahkan perguruan tinggi.<sup>15</sup>

Kegiatan yang dilakukan FDIK dalam membangun citra yang baik kepada publik dengan melahirkan mahasiswa-mahasiswa yang kreatif dan memiliki prestasi demi kemajuan suatu fakultas juga perguruan tinggi.

### **3. Strategi Humas di FDIK**

Sebagai tenaga humas harus memiliki strategi dan ide yang banyak untuk membangun citra positif fakultas. Karena citra FDIK terbentuk dengan usaha yang dilakukan dengan giat. Jadi peran humas disini sangat berpengaruh karena tugas dan fungsinya membangun citra dan mempertahankan citra fakultas.

Publisitas yang dilakukan humas FDIK dengan cara bekerjasama yang baik dengan media massa yang ada di Padangsidempuan. Tenaga humas FDIK beranggapan dengan adanya kerjasama dengan media massa suatu langkah yang baik untuk menjalankan kegiatan yang ada di FDIK, jadi peran seorang jurnalis disini sangat aktif untuk mempublis kegiatan baik itu dalam bentuk berita, foto, atau special event dan lain sebagainya.

Humas FDIK menjalin kerjasama dengan media massa diantaranya media cetak dan juga media sosial. Jadi dengan adanya kerjasama ini tugas tenaga humas dapat mengundang jurnalistik yang ada di media cetak untuk mempublis kegiatan yang ada di fakultas. Media social fakultas juga harus diaktifkan baik itu menalalui website, facebook, youtube dan lain sebagainya, dengan ini lebih mempermudah mempublish suatu kegiatan yang sedang berlangsung di FDIK. Karena salah satu *marketing is conversation* itu dengan media social lebih efektif.

---

<sup>15</sup> Al Ries & Ries Laura. 2003. *The Fall of Advertising & The Rise of PR*, (Jakarta: PT. Gramedia) hal.7.

## **K. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari FDIK *Public relations* atau humas pada dasarnya merupakan pelaksanaan komunikasi, walaupun berbeda dengan hubungan komunikasi yang berbeda, karna ciri hakiknya komunikasi dalam humas yaitu komunikasi dua arah timbal balik (*two ways communication*). Prinsip pokok dalam humas ini terciptanya umpan balik sehingga adanya arus komunikasi timbal balik yang dilakukan dalam kegiatan humas. Harmadi menyebutkan penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi, instansi, lembaga atau suatu perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen salah satunya bidang ilmu praktis yaitu humas.

Peran humas dalam tiap fakultas yang ada dimasing-masing perguruan tinggi sangat dibutuhkan, sebab setiap perguruan tinggi membutuhkan peranan tenaga humas untuk membantu berjalanya suatu program kerja yang ada di fakultas dan juga perguruan tinggi agar dapat membangun dan juga mempertahankan citra positif suatu perguruan tinggi tersebut, supaya fakultas bahkan perguruan tinggi itu dapat dikenal dan dapat dipercayai publik. Dengan strategi yang digunakan humas merupakan awal dari bagian citra yang terbentuk publik di perguruan tinggi tersebut.

Humas dalam komunikasi islam diarahkan untuk membimbing seseorang dan masyarakat harus melandasi komunikasi dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang berlandaskan sesuai Alquran dan Hadis. Sehingga seorang humas menjalankan tugas dengan memiliki sikap dengan tindakan yang baik sesuai norma yang diajarkan agama Islam diantaranya memiliki sikap jujur, saling membutuhkan satu sama lain adanya keseimbangan, serta amanah dan bekerja ikhlas dan bekerja hanya mengharap ridho Allah SWT.

Berdasarkan hasil penelitian, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan masih terus-menerus berupaya melayani sarana dan prasarana mahasiswa sebaik-baiknya, sesuai dengan kemampuan perguruan tinggi. Karena dengan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prosedur akan membangun cita yang positif bagi mahasiswa sendiri, dosen, staf kepegawaian dan juga orang tua mahasiswa yang bersangkutan bahkan masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2001. *Public Relations On The Net*. Jakarta: Mediator.
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Munandar, Haris dan Frank Jefkins. 1992. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Rachmadi, F. 1992. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ries Al & Ries Laura. 2003. *The Fall of Advertising & The Rise of PR*, Jakarta: PT. Gramedia
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Pers.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Uchjana, Effendi Onong. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi Soyusiawaty Dan Choirul Fajri, "Strategi Humas Dalam Menjalin Good Relationship Dengan External Stakeholders Uad", *Jurnal Komuniti*, Vol. Viii, No. 2, 2016 (<https://journals.ums.ac.id>, diakses pada tanggal 20 September 2019 Pukul 13.54 Wib).
- Fauzan. "Etika Humas Dalam Perspektif Islam: Tinjauan Epistemologis", *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, Vol. 2, No. 2, Desember 2018 (<https://journal.staincurup.ac.id>, diakses pada tanggal 23 September 2019 pukul 10.12 Wib).
- Ida Suryani Wijaya, "Dinamika Komunikasi Organisasi Di Perguruan Tinggi", *Dakwah Tabligh*, Vol.14, No. 2, 2013, (<https://journal.uin-alauddin.ac.id>, diakses pada tanggal 21 September 2019 Pukul 22.13 Wib).
- Kurnia Setiyo Rini, dkk, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 6 No. 1, 2017, (<https://ejournal.undip.ac.id>, diakses pada tanggal 20 September 2019 Pukul 13.23 Wib).
- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Yanuar Luqman, "Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Semarang", *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1, 2013 (<https://ejournal.undip.ac.id>, diakses pada tanggal 20 September 2019 Pukul 13.23 Wib).