

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Jumlah perguruan tinggi yang banyak, menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat dalam mendapatkan calon mahasiswa, berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki perguruan tinggi akan dikerahkan semaksimal mungkin, untuk menghadapi persaingan tersebut maka keberadaan Humas sangat penting bagi sebuah institusi atau perguruan tinggi untuk mengelola atau menjaga hubungan baik internal maupun eksternal.

Humas adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.¹ Dan juga suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, serta apresiasi pada/dari publik.²

Pada hakikatnya sistem kerja Humas itu sendiri adalah untuk membangun citra baik dan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat tentang sebuah institusi atau perusahaan atau lembaga pendidikan dan memberikan pelayanan yang baik kepada organisasi itu sendiri juga publik/umum. Salah satu tugas Humas adalah menjaga reputasi, eksistensi sebuah perguruan tinggi sangat tergantung pada keberhasilan publik yang positif. Untuk itu, seorang Humas harus selalu menjaga dan menciptakan

¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (PT RajaGrasindo Persada, 2005), hlm 17

² Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Kediri: Stain Kediri perss, 2015), hlm 17

hubungan yang harmonis dengan publiknya. Ia harus bisa menafsirkan target publik untuk mendukung tujuan dan kebijakan dari perusahaan/institusi yang bersangkutan.³ Bersamaan dengan tugas Humas yang mengharuskan seorang Humas untuk menjaga reputasi lembaganya, salah satu ciri seorang Humas adalah individu yang dapat menciptakan dan mengantarkan organisasi mencapai prestasi.⁴ Mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dengan baik.⁵ Seorang Humas dalam menjalani tugasnya sangat dituntut untuk bisa memajukan dan membuat lembaganya dikenal oleh masyarakat dengan citra yang baik.

Untuk memperoleh citra yang baik serta bisa dipandang baik oleh masyarakat, Humas membutuhkan strategi yang akan digunakan untuk memenuhi target-target tersebut. Strategi yang digunakan oleh Humas sangat mempengaruhi bagaimana pandangan masyarakat atau khalayak tentang sebuah organisasi maupun sebuah institusi pendidikan. Begitu pun dengan sebuah perguruan tinggi keberadaan Humas sangat dibutuhkan baik untuk penjangkaran maupun penerimaan mahasiswa baru. Oleh sebab itu, Humas senantiasa dituntut untuk selalu mengarahkan opini publik kearah yang positif dengan menciptakan suasana perguruan tinggi yang nyaman dan baik.

Begitu pun dengan perguruan tinggi Institusi Agama Islam Negeri Madura atau IAIN Madura, sudah menjalankan fungsi-fungsi humas sejak didirikannya perguruan tinggi ini. Fungsi-fungsi humas diawal berdirinya IAIN Madura dijalankan oleh divisi TIPD atau teknologi informasi dan pangkalan data. Hingga pada tahun 2019 terbentuk sub bagian kerja sama dan

³ Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, hlm 78

⁴ Alo Liliwari, *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm 267

⁵ Frank Jefkins, *Public Relation*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Partama, 2003), hlm 24

hubungan masyarakat yang ruang lingkup pekerjaannya lebih mengarah pada ruang lingkup pekerjaan Humas yakni Humas IAIN Madura menjadi alat penghubung dari publik internal ke publik eksternal dan untuk memudahkan pihak internal perguruan tinggi memberikan informasi kepada pihak luar atau sebaliknya, seperti memberikan informasi seputar kegiatan yang ada di IAIN Madura, penerimaan mahasiswa baru maupun informasi lainnya. IAIN Madura merupakan salah satu kampus yang berbasis agama Islam yang terletak di Jl. Panglegur KM 4 Pamekasan, Madura, dan merupakan salah satu kampus favorit di Madura. IAIN Madura adalah perguruan tinggi pertama yang ada di Madura pada awal didirikannya yaitu pada tahun 1966 yang pada awalnya merupakan cabang dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel atau sekarang UIN Sunan Ampel.

Seperti yang sudah peneliti singgung di atas, Institut Agama Islam Negeri Madura merupakan salah satu perguruan tinggi favorit di Madura sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pendaftar calon mahasiswa baru mulai dari tahun 2017-2019 cenderung meningkat. Hal ini tidak akan terlepas dari peran Humas dan karyawan lainnya yang ada di dalam IAIN Madura. Strategi yang digunakan oleh Humas IAIN Madura juga menjadi faktor yang membuat para pendaftar merasa tertarik untuk memilih IAIN Madura sebagai perguruan tinggi yang akan diampu. Dari sekian banyak strategi yang digunakan oleh Humas IAIN Madura pasti akan ada pasang surut dari usaha Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru. Faktor pendukung dan penghambat pun menjadi salah satu penentu keberhasilan dari usaha Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru.

Tabel 1.1 jumlah pendaftar di IAIN Madura tahun 2017-2019.

No	Tahun	Span-Ptkin	Um-Ptkin	Mandiri	Jumlah
1	2017	3980	3515	2326	9821
2	2018	4636	2894	3611	11141
3	2019	6098	5252	3868	15218

Sumber data: TIPD IAIN Madura tahun 2019.

Melihat dari membeludaknya para pendaftar calon mahasiswa baru di IAIN Madura dari tahun ke tahun yang terus meningkat dan juga rasa ingin tahu yang tinggi akan strategi apa yang digunakan serta faktor pendukung dan penghambat Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru, dan juga berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti strategi dalam menarik calon mahasiswa baru IAIN Madura. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat IAIN Madura dalam Upaya Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017-2019”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas dan untuk melihat bagaimana strategi Humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru tahun akademik tahun 2017-2019, maka penulis memberikan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi dan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019?

2. Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui fungsi dan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019.
2. Untuk memahami faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Tulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang ilmu pengetahuan khususnya dalam komunikasi dan penyiaran Islam terutama yang berkaitan dengan ilmu tentang hubungan masyarakat khususnya pengelolaan strategi yang digunakan oleh Humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Tulisan ini diharapkan dapat memberi sumbangan pengetahuan dan informasi. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur di perpustakaan IAIN Madura, sehingga bisa menjadi referensi bagi mahasiswa terkait strategi Humas yang digunakan oleh IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru.

b. Bagi Mahasiswa

Tulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan motifasi khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, khususnya yang akan mendalami bidang kehumasan dalam mengetahui strategi yang digunakan oleh Humas.

c. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu dan pengalaman sebagai bahan evaluasi untuk karya selanjutnya.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan arti pada penelitian, maka diperlukan penegasan istilah yang terdapat pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Strategi: adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁶ Strategi humas yang dimaksud dalam penelitian ini, strategi Humas: adalah sebuah komunikasi perencanaan yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan semua khalayak dalam mencapai tujuan tertentu dalam kurun waktu tertentu.
2. Humas: merupakan sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-

⁶ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi&hl=id-ID>

tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.⁷ Sedangkan humas yang dimaksud oleh peneliti adalah, humas merupakan kegiatan yang dimaksudkan untuk membangun hubungan yang positif antara sebuah perusahaan atau institusi dengan publik internal maupun publik eksternal demi kepentingan institusi dan publiknya.

Dengan demikian definisi istilah yang terdapat dalam penelitian Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) IAIN Madura Dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017-2019.

⁷ Morissan, Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm 8