

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN DATA, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil IAIN Madura

a. Sejarah IAIN Madura

Secara historis, keberadaan IAIN Madura tidak bisa dipisahkan dari dua lembaga yang mendahului, yaitu Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel di Pamekasan (1966) dan STAIN Pamekasan (1997).

Keinginan masyarakat Madura untuk memiliki perguruan tinggi Islam terjawab, dengan dibukanya Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel cabang Pamekasan, pada tanggal 20 Juli 1966 berdasar Keputusan Menteri Agama RI Nomor 39 Tahun 1966. Pada awal berdiri sampai tahun 1977, kegiatan pendidikan menumpang di gedung PGAN Pamekasan di Jalan KH. Wahid Hasyim 28 Pamekasan. Setelah ± 31 tahun menjadi fakultas cabang IAIN Sunan Ampel, pemerintah mengubah status Fakultas Tarbiyah menjadi perguruan tinggi mandiri, dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pamekasan (STAIN Pamekasan). Perubahan status ini berdasar Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, tanggal 21 Maret. Tugas pokok STAIN, menurut keputusan tersebut, adalah menyelenggarakan pendidikan tinggi, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat di bidang ilmu

pengetahuan agama Islam sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Usia STAIN telah berjalan \pm 20 tahun (1997-2017). Selama menjadi STAIN, beragam upaya dan prestasi telah diraih, dan masyarakat pun terus merespon positif keberadaan STAIN Pamekasan. Akhirnya, keberadaan STAIN yang menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi bertugas menyelenggarakan pendidikan tinggi “Dalam satu rumpun ilmu pengetahuan”, tidak memadai lagi untuk menjawab kebutuhan masyarakat, kebutuhan pembangunan nasional, pertumbuhan jumlah mahasiswa, dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Atas dasar kebutuhan di atas, dilakukan ikhtiar alih status dari STAIN Pamekasan menjadi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura).

Usul perubahan tersebut menjadi nyata setelah Presiden pada tanggal 5 April 2018 menandatangani Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2018 tentang IAIN Madura. Peraturan Presiden ini diundangkan ke dalam Lembaran Negara oleh Menteri Hukum & Hak Asasi Manusia Nomor 51 tahun 2018, pada tanggal 7 April 2018. Sejak diundangkan di lembaran negara, maka IAIN Madura resmi menggantikan STAIN Pamekasan.

Sejak awal pendiriannya hingga saat ini, STAIN telah mengalami delapan kali estafeta kepemimpinan, yaitu:⁴¹

⁴¹ iainmadura.ac.id/site/1.2 diakses pada tanggal 03 Maret 2020, 12:01:00

- 1) Drs. H. Munir S.A, 20 Juli 1966 sampai 1 Maret 1970;
- 2) Drs. H. Djawahir Syamsuri, 1 Maret 1971 sampai 12 Oktober 1983;
- 3) Drs. H. Bustami Said, 12 Oktober 1983 sampai 1 November 1991;
- 4) Drs. H. Dimjati, 1 November 1991 sampai 21 Agustus 1998;
- 5) Drs. H. Moh. Zaini, 21 Agustus 1998 sampai 24 Juli 2000;
- 6) Drs. H. Bustami Said, 24 Juli 2000 sampai 11 Agustus 2004;
- 7) Dra. Hj. Mariatul Q.H.A.R., M.Ag, 10 Agustus 2004 sampai 8 Agustus 2008;
- 8) Dr. Idri, M.Ag, 8 Agustus 2008 sampai dengan 16 Oktober 2012;
- 9) Dr. H. Taufiqurrahman, M.Pd, 16 Oktober 2012 sampai dengan 16 Oktober 2016;
- 10) Dr. H. Mohammad Kosim, M.Ag, 16 Oktober 2016 sampai sekarang.

b. Visi dan Misi IAIN Madura

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, IAIN Madura dikelola dan dikembangkan atas landasan visi, misi sebagai berikut:⁴²

VISI IAIN Madura: Religius dan Kompetitif. Konsep religius dalam visi IAIN dimaksudkan bahwa warga kampus harus memiliki karakter religius, dengan ciri-ciri umum: memahami, meyakini, menghayati, mengamalkan, dan menyebarkan ajaran Islam dengan

⁴² Iainmadura.ac.id/site/1.3 diakses pada tanggal 03 Maret 2020, 12:01:00

prinsip *wasathiiyah*. Konsep kompetitif yang dimaksud dalam visi IAIN, bahwa lembaga memiliki daya saing dengan perguruan tinggi lainnya baik skala nasional, regional maupun internasional di bidang pendidikan dan pengajaran, manajemen kelembagaan, kualitas SDM, produk riset, pengabdian kepada masyarakat, dan kompetensi lulusan.

MISI IAIN Madura:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang religius dan kompetitif guna menghasilkan lulusan yang islami, moderat, kompeten, mandiri, berdaya saing, dan cinta tanah air.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan pengembangan ilmu, kemaslahatan umat, dan daya saing bangsa.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan masyarakat yang mandiri, produktif, sejahtera, dan islami.

c. Struktur Organisasi IAIN Madura

Di bawah ini merupakan struktur organisasi dari IAIN Madura:



Gambar 4.1 Struktur organisasi IAIN Madura

2. Deskripsi singkat kehumasan IAIN Madura

Humas merupakan salah satu bagian yang cukup penting di sebuah organisasi atau institusi. Begitupun dengan IAIN Madura memiliki humas untuk bisa menjalankan fungsi dan tugas humas. Berkaitan dengan fungsi dan tugas humas, di IAIN Madura fungsi humas telah berjalan sejak awal didirikannya perguruan tinggi ini seperti mempublikasi informasi yang ada di IAIN Madura. Namun pada awal didirikannya IAIN Madura hingga tahun 2018, fungsi humas yang seharusnya dijalankan oleh humas IAIN Madura tidak dapat dijalankan oleh humas, karena pada awal didirikannya IAIN Madura humas belum terbentuk. Humas di IAIN Madura ada sejak tahun 2019. Fungsi humas pada awal didirikannya dijalankan oleh UPT TIPD (teknologi informasi dan pangkalan data), dimana TIPD bertugas untuk mempublikasi seluruh informasi yang ada di IAIN Madura.

a. Profil Humas IAIN Madura

Hubungan masyarakat atau humas merupakan sub bagian kerja yang dibentuk sebagai pembangun citra dan reputasi yang positif di hadapan masyarakat. Sub bagian kerja sama dan humas memiliki tugas menciptakan suasana nyaman yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu acara, serta membangun kepercayaan publik terhadap lembaga.

1) Visi dan misi Humas IAIN Madura

Visi: “Terciptanya pengelolaan kehumasan yang proporsional, profesional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan prinsip-prinsip tata kelola dan kelembagaan yang baik.”

Misi:

- a) Membangun citra dan reputasi positif lembaga.
- b) Membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik.
- c) Menampung dan mengolah aspirasi masyarakat.
- d) Mencari, mengklasifikasi, mengklarifikasi serta menganalisis data dan informasi.
- e) Mensosialisasikan kebijakan dan program lembaga.
- f) Membangun kepercayaan publik (*public trust*).

b. Profil TIPD (teknologi informasi dan pangkalan data) IAIN Madura

Teknologi informasi dan pangkalan data atau disingkat dengan TIPD merupakan unit pelayanan teknis yang dibentuk sebagai penunjang dalam penyelenggaraan pendidikan di lingkungan institut. UPT Teknologi Informasi dan Pangkalan Data mempunyai tugas mengelola dan mengembangkan sistem teknologi informasi secara efisien dan memberikan layanan data dan informasi secara efisien, akuntabel, transparan, dan berkualitas.

1) Visi dan misi TIPD IAIN Madura

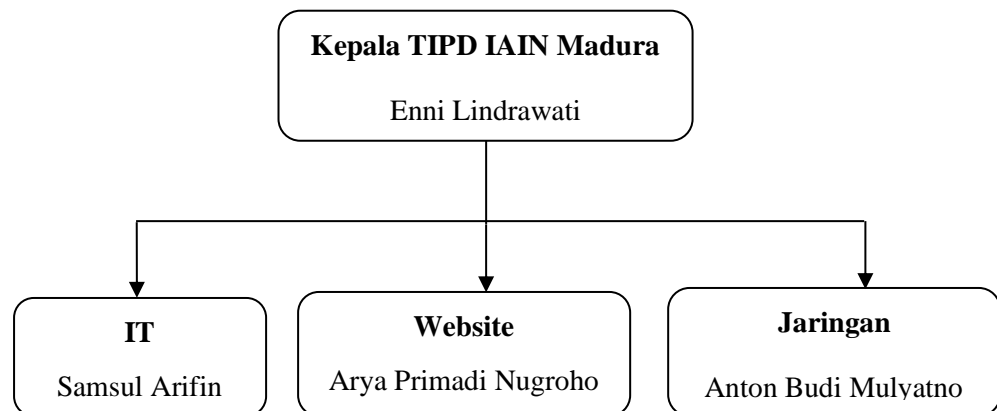
Visi: “Menjadi Unit Teknologi Informasi dan Pangkalan Data yang inovatif demi mewujudkan kampus yang kompetitif”.

Misi:

- a) Membangun aplikasi yang mumpuni untuk menunjang kebutuhan kampus.
- b) Mengembangkan aplikasi sesuai perkembangan dunia Teknologi Informasi.
- c) Menyelenggarakan pengelolaan Teknologi Informasi secara profesional dan kreatif.
- d) Memberikan Layanan Data dan Informasi secara efisien, akuntabel, transparan dan berkualitas.
- e) Menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk perkembangan unit.

2) Struktur TIPD IAIN Madura

Di bawah ini merupakan struktur TIPD IAIN Madura:



Gambar 4.2 Struktur TIPD IAIN Madura

3. Paparan Penelitian

Dalam penelitian ini, sumber informasi yang didapatkan oleh peneliti berasal dari informan yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya Rektor, kepala humas, kepala TIPD, serta beberapa mahasiswa IAIN Madura. Sumber informasi tersebut digunakan untuk mengetahui strategi humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru dengan cara diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi langsung ke tempat Humas IAIN Madura.

1. Fungsi dan strategi humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun 2017-2019

Humas merupakan salah satu bagian penting dari sebuah institusi, organisasi maupun perguruan tinggi, baik untuk membangun citra yang positif ataupun untuk mencapai target-target tertentu dari masing-masing institusi atau organisasi yang

menaunginya. Untuk mencapai target-target tersebut humas memiliki strategi masing-masing yang akan digunakannya untuk merealisasikan targetnya.

Berbicara mengenai humas, di IAIN Madura kedudukan humas sangat penting yakni sebagai penghubung antara IAIN Madura dengan khalayak luas. Menjadi penghubung antara IAIN Madura dengan khalayaknya, humas sering kali menjadi jembatan untuk menyampaikan informasi-informasinya. Dengan menyampaikan informasi-informasi tersebut salah satu tujuannya untuk menarik calon mahasiswa baru. Hal ini seperti yang dikatakan oleh rektor IAIN Madura sebagai berikut:

“Kedudukan humas di IAIN Madura sangat penting karena humas menjadi penghubung IAIN Madura dengan masyarakat, seperti namanya hubungan masyarakat.”⁴³

Untuk menarik minat calon mahasiswa baru Humas IAIN Madura memiliki strategi agar target untuk menarik minat calon mahasiswa baru tercapai. Berbagai strategi dikerahkan oleh humas IAIN Madura untuk menarik calon mahasiswa baru. Seperti yang dikatakan oleh kepala Humas IAIN Madura:

“Program awal dari IAIN Madura untuk menarik minat pendaftar adalah melakukan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru dan mempublikasikan informasi mengenai IAIN Madura”.⁴⁴

Melakukan sosialisasi penerimaan calon mahasiswa baru merupakan langkah awal dari strategi humas IAIN Madura.

⁴³ H. Mohammad Kosim, Rektor IAIN Madura, Wawancara Langsung (13 Mei 2020)

⁴⁴ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (09 Maret 2020)

Sosialisasi yang dimaksud oleh Kepala Humas IAIN Madura ini adalah sosialisasi yang diadakan pada tahun 2017 & 2018, yakni sosialisasi ini berawal dari perencanaan yang akan disusun oleh pihak yang telah ditunjuk dalam rapat yang diadakan oleh Rektor IAIN Madura. Dalam rapat ini pihak yang telah ditunjuk menjadi tim sosialisasi yang terdiri dari karyawan, dosen, dan pimpinan membahas perencanaan bagaimana proses sosialisasi akan berlangsung. Kemudian tim sosialisasi tersebut dibagi menjadi empat kelompok yang akan diterjunkan ke lapangan berdasarkan empat kabupaten yang ada di Madura yakni Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Masing-masing tim tiap kabupaten kemudian diterjunkan langsung ke kantor kemenag dari tiap kabupaten. Dalam mengadakan sosialisasi ini, tim sosialisasi juga dibantu oleh paguyuban bidikmisi.

“Ditahun 2017 & 2018 kami memiliki tim sosialisasi, jadi karena di Madura ada empat kabupaten jadi dibagi menjadi tiap-tiap kabupaten yang ada di Madura, jadi ada tim Bangkalan, tim Sampang, tim Pamekasan, dan tim Sumenep. Kemudian tim ini diterjunkan langsung ke tiap kabupaten yakni ke kantor kemenag masing-masing kabupaten.”⁴⁵

Sosialisasi ini dikemas oleh tim sosialisasi seperti seminar dengan peserta kepala sekolah dan operator sekolah dari masing-masing sekolah tingkat SMA/SMK/ MA sederajat yang ada di seluruh Madura. Tim sosialisasi akan mempresentasikan tata cara untuk bisa mendaftar di IAIN Madura, program studi apa saja yang ada di IAIN Madura yang bisa ditempuh oleh calon-calon

⁴⁵Enni Lindrawati, Kepala TIPD, Wawancara Langsung (24 Maret 2020)

pendaftar, dan fasilitas apa saja yang akan didapatkan ketika menempuh pendidikan di IAIN Madura, dan sebagainya.

Selain mengadakan sosialisasi ini, tim juga membagikan brosur penerimaan mahasiswa baru kepada peserta seminar agar informasi yang didapatkan lebih jelas dan mudah diingat. Berikut contoh brosur penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura tahun 2017 dan 2018:

Gambar 4.3 brosur PMB tahun 2017

Gambar 4.4 brosur PMB tahun 2018

Sedangkan untuk tahun 2019 sosialisasi tidak diadakan karena memang dari pusat tidak mengharuskan untuk sosialisasi langsung ke lapangan. Namun sebagai gantinya IAIN Madura tetap menyebarkan informasi mengenai PMB seperti pamflet melalui media sosial baik itu melalui aplikasi Whatsapp masing-masing fakultas, website, facebook, dan Instagram resmi IAIN Madura. Berikut contoh pamflet PMB 2019:

KATA PENGANTAR

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, ditetapkan bahwa pola penerimaan mahasiswa baru pada Universitas Islam Negeri (UIN)/ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) / Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) di Indonesia dilakukan secara nasional dan bentuk lain. Pola seleksi secara nasional pada UIN/IAIN/STAIN disebut Seleksi Prestasi Akademik Nasional Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (SPAN-PTKIN) dan pola seleksi bentuk lain yang dilakukan secara bersama oleh UIN, IAIN, dan STAIN disebut Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM-PTKIN). Kedua pola tersebut diikuti oleh calon mahasiswa dari seluruh Indonesia tanpa membedakan jenis kelamin, agama, ras, suku, kedudukan sosial, dan tingkat kemampuan ekonomi.

SPAN-PTKIN merupakan pola seleksi yang dilaksanakan secara nasional oleh seluruh UIN/IAIN/STAIN dalam satu sistem yang terpadu dan diselenggarakan secara serentak oleh Panitia Nasional yang ditetapkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia.

Saya pelaksanaan SPAN-PTKIN ditanggung oleh pemerintah, sehingga peserta tidak dipungut biaya pendaftaran. Pelaksanaan SPAN-PTKIN secara nasional yang diikuti oleh seluruh PTKIN harus memenuhi prinsip adil, transparan, dan tidak diskriminatif dengan tetap memperhatikan potensi calon mahasiswa dan kekhususan PTKIN.

Prof. Dr. Babun Suharto, M.Si. Ketua Forum Propaganda PTKIN
Prof. Dr. Musaffi, M.Si. Wakil Ketua SPAN-PTKIN 2019

JADWAL

Pengisian dan Verifikasi POSS	23 Januari – 28 Februari 2019
Pendaftaran	23 Januari – 28 Februari 2019
Proses Seleksi	Tahap I: 08 – 15 Maret 2019 Tahap II: 07 – 20 Maret 2019
Pengumuman Hasil Seleksi	03 April 2019 (17.00 WIB)
Daftar Ulang Peserta Ujian	6 – 30 Mei 2019

INFORMASI

Sekretariat:
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Kampus 2, Restoran UIN Alauddin Lt. 4
Jl. Yasin Limpo No. 36, Sungguminaya Gowa,
Telp. 0411-441879 Faks. 9221403

Bendahara:
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratman,
Sukarame Lampung 35131
Telp. +62 721 780887

HELP DESK

(AS) 0862 1028 2033
(MS) 0877 9020 6077
(Semua) 0821 9535 0935
(T) 0819 3002 0777
(F) 0877 9990 700

Simpul WhatsApp
0821 9535 0901 - 0821 9535 0902 - 0821 9535 0903

SPAN PTKIN 2019
SELEKSI PRESTASI AKADEMIK NASIONAL
PENGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM NEGERI
2019

Gambar 4.5 pamflet PMB tahun 2019 SPAN-PTKIN

KATA PENGANTAR

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, ditetapkan bahwa pola penerimaan mahasiswa baru pada Universitas Islam Negeri (UIN)/ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) / Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) di Indonesia dilakukan secara nasional dan bentuk lain. UM-PTKIN (Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri) merupakan proses seleksi masuk UIN, IAIN, dan STAIN di seluruh Indonesia melalui ujian tertulis yang dilaksanakan secara bersama di bawah koordinasi Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia.

PTKIN sebagai penyelenggara pendidikan setelah MA/MAK/SMA/SMK/Pesantren Muadalah dapat menerima calon mahasiswa yang lulus dari Seleksi Pendidikan MA/MAK/SMA/SMK/ Pesantren Muadalah atau yang setara maknalah tiga tahun terakhir.

UM-PTKIN merupakan pola seleksi yang dilaksanakan secara nasional oleh seluruh UIN/IAIN/STAIN dalam satu sistem yang terpadu dan diselenggarakan secara serentak oleh Panitia Nasional yang ditetapkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia. Pembayaran penyelenggaraan UM-PTKIN dibebankan kepada peserta seleksi dan Kementerian Agama Republik Indonesia. Bagi peserta yang lulus UM-PTKIN dan keluarga praesertara yang memiliki prestasi akademik dan non-akademik dapat mengikuti seleksi program Bidikmisi.

Informasi UM-PTKIN 2019 meliputi ketentuan dan persyaratan umum, tata cara pembayaran biaya seleksi, tata cara pendaftaran, jadwal pelaksanaan, serta jumlah pilihan PTKIN dan Program Studi dapat diakses melalui laman <https://www.um-ptkin.ac.id>.

Prof. Dr. Babun Suharto, M.Si. Ketua Forum Propaganda PTKIN
Prof. Dr. Musaffi, M.Si. Wakil Ketua UM-PTKIN 2019

Pembayaran Pendaftaran:
BNI
<https://www.um-ptkin.ac.id/>

JADWAL

Pembayaran Pendaftaran Bank BNI	02 – 29 April 2019
Pendaftaran Ujian Tulis	02 – 30 April 2019
Pelaksanaan Ujian Tulis	28 Mei 2019
Pengumuman Hasil Ujian Tulis	01 Juli 2019
Pendaftaran Seleksi	Masing-masing PTKIN

INFORMASI

Sekretariat:
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Kampus 2 Restoran UIN Alauddin Lt. 4
Jl. Yasin Limpo No. 36 Sungguminaya Gowa,
Telp. 0411-441879 Faks. 9221400

Bendahara:
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratman,
Sukarame Lampung 35131
Telp. +62 721 780887

HELP DESK

(AS) 0862 1028 2033
(MS) 0877 9020 6077
(Semua) 0821 9535 0935
(T) 0819 3002 0777
(F) 0877 9990 700

Simpul WhatsApp
0821 9535 0901 - 0821 9535 0902 - 0821 9535 0903

UM PTKIN 2019
UJIAN MASUK
PENGURUAN TINGGI
KEAGAMAAN ISLAM NEGERI
2019

Gambar 4.6 pamflet PMB tahun 2019 UM-PTKIN

Selain menggunakan sosialisasi dalam menarik calon mahasiswa baru, humas IAIN Madura juga menggunakan media untuk menarik minat calon mahasiswa baru. Media yang digunakan antara lain media massa seperti cetak, radio, online, dan media sosial seperti facebook, instagram dan website. Publikasi yang dilakukan oleh Humas IAIN Madura adalah menyebarkan informasi seperti prestasi mahasiswa yang didapatkan baik nasional ataupun internasional, kegiatan kampus yang diadakan oleh fakultas maupun mahasiswa, dosen yang kompeten dibidangnya, dan lain sebagainya.

Humas IAIN Madura menjalin hubungan baik dengan pers sehingga kegiatan-kegiatan yang ada di IAIN Madura bisa diekspos kepada khalayak di luar sana baik itu melalui media cetak, radio dan online. Humas IAIN Madura menjalin hubungan baik dengan media cetak seperti kabar madura, dan Radar madura, sedangkan untuk radio, humas IAIN Madura bekerja sama dengan radio karimata dan suara pamekasan yang merupakan radio kenamaan kota pamekasan. Tidak hanya dengan media cetak dan radio saja, humas IAIN Madura juga bekerja sama dengan media online diantaranya faktualnews.co dan mediajatim.com dan juga media online dari surat kabar kabar madura yakni kabarmadura.id. Melalui media-media tersebut humas IAIN Madura memberikan informasi yang diharapkan dapat membangun citra yang baik di lingkungan IAIN Madura sehingga dengan terbentuknya citra yang

baik tersebut akan membuat calon pendaftar di IAIN Madura merasa tertarik untuk menempuh pendidikan di IAIN Madura. Seperti yang dikatakan oleh Kepala Humas IAIN Madura.

“Untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan di IAIN Madura, kami tidak hanya mengandalkan media sosial resmi kami saja, namun kami juga bekerja sama dengan media-media diluar sana seperti kabar madura, radar madura, sedangkan untuk radio kami juga bekerja sama dengan radio karimata dan suara pamekasan, dan kami juga bekerja sama dengan media online untuk mempublikasikan berita-berita kami seperti faktualnews.co dan mediajatim.com dan media online dari kabar madura”.⁴⁶

Berikut adalah gambar dari berita yang di publikasikan oleh media online mengenai IAIN Madura:



Gambar 4.7 berita IAIN Madura di Faktualnews.co

⁴⁶ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (09 Maret 2020)



Gambar 4.8 berita IAIN Madura di Kabarmadura.id



Gambar 4.9 berita IAIN Madura di Mediajatim.com

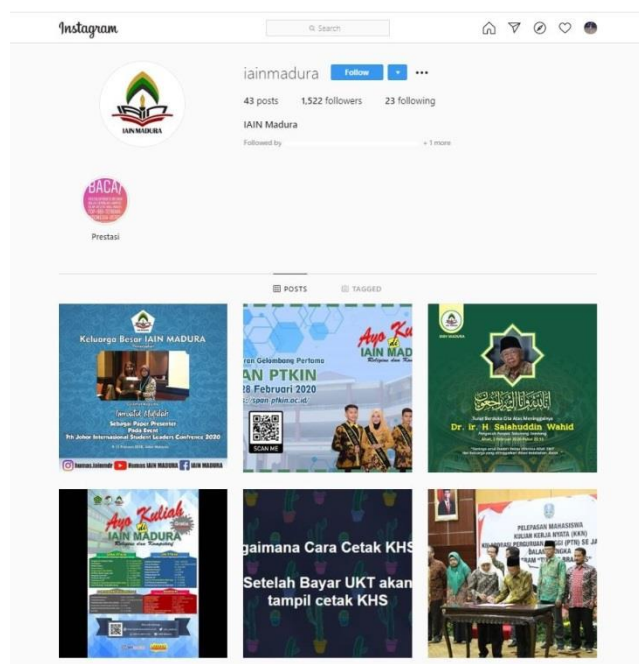
Untuk mengikuti arus perkembangan dunia yang semakin canggih dengan berkembangnya teknologi dari zaman ke zaman yang begitu pesat yakni pada masa sekarang ini, tengah maraknya penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi, mencari informasi dan lain sebagainya. Untuk itu humas IAIN Madura juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasinya. Banyak media sosial di luar sana yang menawarkan berbagai fitur dan keunikan dari masing-masing media sosial, namun media sosial yang digunakan oleh humas IAIN Madura adalah facebook dan instagram dengan pertimbangan bahwa media-media tersebut

banyak digunakan oleh kaum muda saat ini dan cocok untuk menyebarkan informasi-informasi mengenai IAIN Madura.

Dengan penggunaan media sosial khususnya facebook dinilai cukup dominan dan efektif dalam penerapan strategi humas pada tahun 2019 karena dengan menggunakan facebook, IAIN Madura mendapat *feedback* dari khalayak seperti menanyakan sesuatu yang kurang dipahami mengenai informasi yang disebarkan oleh IAIN Madura.

“Media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat itu facebook, karena *feedback* yang didapatkan lebih banyak di facebook dari pada media sosial lainnya”⁴⁷

Berikut media sosial resmi dari IAIN Madura:



Gambar 4.10 instagram resmi IAIN Madura

⁴⁷ Enni Lindrawati, Kepala TIPD, Wawancara Langsung (24 Maret 2020)



Gambar 4.11 Facebook resmi IAIN Madura

Selain media sosial di atas, humas IAIN Madura juga menggunakan website resmi IAIN Madura sebagai alat menyebarkan informasi. Website yang pada awalnya dengan alamat www.stainpamekasan.ac.id kemudian berubah seiring dengan peralihan status dari STAIN Pamekasan menjadi IAIN Madura. Setelah beralih status pada bulan April 2018 nama alamat website pun juga berubah menjadi www.ainmadura.ac.id. Website ini dipergunakan oleh IAIN Madura untuk menunjang proses promosi, sarana bagi masyarakat untuk bisa mengetahui sarana dan prasarana baik itu fasilitas yang ditawarkan, program studi yang ada di IAIN Madura maupun dosen yang kompeten dibidangnya, dan juga kegiatan-kegiatan yang ada di IAIN Madura.

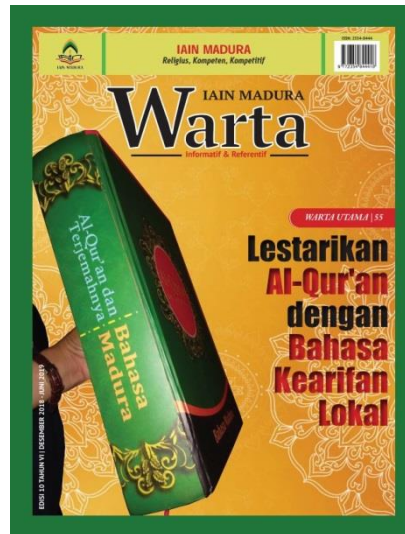
“Kami menggunakan website untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, di website banyak informasi mengenai IAIN Madura baik itu fasilitas, kegiatan-kegiatan mahasiswa, informasi tentang dosen, dan masih banyak lagi”⁴⁸

⁴⁸ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (09 Maret 2020)

Gambar 4.12 website resmi IAIN Madura

Selain mempublikasikan menggunakan media di atas, humas IAIN Madura juga menyebarkan informasinya menggunakan majalah kampus IAIN Madura yakni majalah *Warta*, yang mana majalah yang terbit setiap tahunnya ini memuat informasi-informasi seperti prestasi mahasiswa, kegiatan kampus, serta karya tulis dari mahasiswa-mahasiswa IAIN Madura. Berikut contoh cover majalah *warta* IAIN Madura dari tahun 2017-2019.





4.13 majalah Warta IAIN Madura tahun 2017-2019

Berdasarkan strategi yang telah digunakan oleh IAIN Madura, maka di bawah ini terdapat tabel yang menerangkan berasal dari mana saja sumber informasi yang didapatkan oleh beberapa mahasiswa IAIN Madura tentang penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura.

No	Nama mahasiswa/ tahun angkatan	Pamflet/ Brosur	FB	Guru SMA	Website
1	Inayati/ 2019	√	√	√	
2	Sholehah/ 2019			√	
3	Nurul Komariyah /2018			√	
4	Royhanah/ 2017	√		√	
5	Roisatul Jannah/ 2018		√	√	
6	Halimatus S/ 2018	√		√	
7	Mida Maulina H/ 2017			√	

8	Halimatus sholifah/ 2017	√		√	
9	Febriyanto/ 2018				√
10	Safi Lukmantoro/ 2017	√			√
11	Qurrotud diana/ 2019	√		√	
12	Wiwin Nur Aini/ 2017	√		√	√
13	Insaniyatul K/ 2018			√	
14	Muhammad R M/ 2019	√			
15	Muayyidah/ 2019			√	

Tabel 4.1 daftar mahasiswa dan sumber informasi.⁴⁹

Dilihat dari tabel di atas, dua belas mahasiswa yang mendaftar di IAIN Madura mengetahui informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura berasal dari guru SMA mereka. Dapat disimpulkan bahwa dari berbagai strategi yang dilakukan oleh humas IAIN Madura, sosialisasi lah yang efektif untuk menarik calon mahasiswa baru untuk mendaftar di IAIN Madura.

Melihat dari berbagai strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura untuk menarik calon mahasiswa baru, dapat dijelaskan bahwa fungsi humas mencakup hal-hal berikut:

Humas IAIN Madura sebagai *communicator*, berdasarkan strategi yang telah diterapkan humas dapat disimpulkan bahwa humas IAIN Madura sebagai komunikator, yakni menjadi orang yang menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Baik itu dengan

⁴⁹ Data diperoleh melalui wawancara secara langsung dan tidak langsung dengan mahasiswa.

cara komunikasi langsung maupun komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung yang dilakukan oleh humas IAIN Madura adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada kepala sekolah tingkat SMA/SMK/MA sederajat untuk memberikan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura. Sedangkan untuk komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh humas adalah dengan cara mempublikasikan berita-berita ataupun informasi mengenai IAIN Madura menggunakan media, baik itu media massa, online, dan sosial.

Fungsi kedua humas IAIN Madura sebagai *relationship*, membangun hubungan yang positif dengan publik internal maupun eksternal merupakan salah satu fungsi humas IAIN Madura. Dengan membangun hubungan yang positif dengan berbagai publik diharapkan dapat menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dan saling memberi dukungan antara kedua belah pihak. Membangun hubungan yang positif antara humas IAIN Madura dengan pihak internal IAIN Madura dilakukan dengan cara memberikan dukungan kepada pihak internal seperti mendukung kegiatan promosi penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura dengan cara ikut andil dalam pembuatan brosur, pamflet, dan baliho penerimaan mahasiswa baru. Sedangkan untuk membangun hubungan dengan publik eksternal, humas IAIN Madura menjalin hubungan baik dengan wartawan. Dengan membangun hubungan baik dengan

wartawan merupakan langkah yang positif sehingga citra yang positif dapat disandang oleh IAIN Madura.

“Kami juga mensupport kegiatan promosi penerimaan mahasiswa baru seperti pembuatan brosur, pamflet dan baliho, itu merupakan produk humas yang kemudian disebarkan kepada masyarakat”⁵⁰

Fungsi ketiga dari humas IAIN Madura sebagai *back up managemant*. Sebagai seorang humas, humas IAIN Madura dituntut untuk bisa mendukung terhadap kegiatan manajemen yang diadakan oleh institusi yang menaunginya. Begitupun dengan humas IAIN Madura melakukan dukungan terhadap kegiatan manajemen yang diadakan oleh IAIN Madura khususnya pada proses penerimaan mahasiswa baru, humas IAIN Madura memberikan dukungan berupa ikut berkontribusi dalam pembuatan brosur, pamflet, dan baliho penerimaan mahasiswa baru. Humas IAIN Madura turut mendesign brosur, pamflet, dan baliho penerimaan mahasiswa baru tersebut.

Fungsi keempat humas IAIN Madura adalah *good image maker*, sebagai pembuat citra yang baik. Humas IAIN Madura tanpa disadari sudah membangun citra dihadapan masyarakat luas dengan strategi-strategi yang dilakukannya. Membentuk citra yang baik tentang IAIN Madura dilakukan oleh humas dengan mengadakan publikasi yang positif melalui media-media, baik itu media massa, online, dan sosial. Publikasi yang positif tersebut meliputi kegiatan-kegiatan kampus, prestasi yang dicapai oleh

⁵⁰ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (09 Maret 2020)

mahasiswa baik nasional maupun internasional, dan lain sebagainya.

“Berita-berita yang kami publikasikan seperti kegiatan-kegiatan kampus, prestasi mahasiswa, fasilitas kampus, dosen yang kompeten dan lain-lain”⁵¹

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi humas IAIN Madura

Menerapkan strategi yang telah disusun oleh Humas pasti ada pasang surut dari usaha mereka. Tidak terkecuali humas IAIN Madura pasti ada faktor pendukung dan faktor penghambat dari penerapan strategi humas tersebut. Berikut faktor pendukung dan penghambat dari penerapan strategi humas IAIN Madura.

Faktor pendukung dari pelaksanaan strategi humas. *Pertama*, fasilitas yang memadai. IAIN Madura yang merupakan perguruan tinggi yang cukup besar di Madura, yang memiliki fasilitas kampus yang mumpuni mulai dari gedung perkuliahan, laboratorium, pelayanan akademik yang baik, WIFI, dan lain sebagainya. Begitupun dengan fasilitas kehumasan di IAIN Madura, mulai dari komputer sebagai alat pembantu kerja humas, WIFI yang dapat digunakan oleh humas untuk menyebarkan informasi mengenai IAIN Madura, dan ruangan humas yang nyaman. Dengan fasilitas yang memadai humas IAIN Madura merasa terbantu dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan tersebut. *Kedua*, adanya media sosial. Dengan adanya media sosial humas IAIN Madura merasa

⁵¹ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (09 Maret 2020)

terbantu karena untuk menyebarkan informasi mengenai IAIN Madura menjadi lebih mudah dan efisien.

“Banyak faktor pendukung dari Humas, diantaranya dengan adanya fasilitas seperti komputer, wifi dan juga dengan adanya media sosial kami sangat terbantu karena menyebarkan informasi menjadi lebih mudah dan efisien”⁵²

Faktor penghambat dari penerapan strategi humas. *Pertama*, kurangnya sumber daya manusia khususnya bidang kehumasan. Seperti yang kita ketahui sendiri, peneliti menyinggung bahwa humas IAIN Madura masih baru. Dengan peresmian yang masih baru tersebut, humas IAIN Madura sekarang masih bekerja sendiri tanpa ada staf yang membantu. Maka dari itu humas IAIN Madura kekurangan sumber daya manusia khususnya dibidang kehumasan. *Kedua*, memberikan pemahaman kepada semua pihak mengenai keberadaan humas IAIN Madura. Humas IAIN Madura yang masih baru diresmikan pada tahun 2019 pun harus memberikan pemahaman mengenai ruang lingkup pekerjaan humas. Seperti publikasi, jika sebelum adanya humas semua berita atau informasi mengenai IAIN Madura langsung diberikan kepada TIPD selaku yang mempublikasikan informasi IAIN Madura. Namun dengan adanya Humas IAIN Madura publikasi informasi tersebut harus melewati Humas terlebih dahulu.

“Faktor penghambatnya kami kekurangan orang untuk bisa mengelola kehumasan di IAIN Madura, selain itu saya juga

⁵² Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (18 maret 2020)

harus memahamkan semua pihak tentang keberadaan humas”⁵³

Faktor penghambat lainnya pada strategi sosialisasi. *Ketiga*, pada saat terlaksananya sosialisasi di masing-masing kabupaten, sekolah-sekolah yang berjarak jauh dari kantor kemenag memilih untuk tidak menghadiri acara sosialisasi tersebut, sehingga informasi yang seharusnya tersampai kepada pihak sekolah khususnya murid-murid sekolah tersebut tidak mengetahui informasi yang disampaikan oleh tim sosialisasi tersebut. *Keempat*, ada sekolah yang ketika acara sosialisasi tersebut diadakan yang hadir hanya kepala sekolah saja tidak didampingi dengan operator sekolah. Hal ini juga menjadi faktor penghambat dari strategi humas tersebut karena jika yang menghadiri hanya kepala sekolahnya saja, kepala sekolah tersebut hanya mendengarkan tapi tidak mengetahui teknis dari proses pendaftaran calon mahasiswa baru.

“Penghambatnya itu kadang sekolah-sekolah yang jauh itu gak dateng mbak jadi informasi dari kamiitu tidak tersampaikan ke mereka, dan juga kadang yang hadir cuma kepala sekolahnya saja tidak dengan operatornya jadi kepala sekolahnya hanya mendengarkan saja tidak mengetahui teknisnya.”⁵⁴

B. Temuan Penelitian

Dalam pemaparan ini peneliti menjelaskan temuan penelitian yang merupakan inti sari dari paparan data yang telah didapatkan. Peneliti

⁵³ Mustajab, Kepala Humas IAIN Madura, Wawancara Langsung (18 maret 2020)

⁵⁴ Enni Lindrawati, Kepala TIPD IAIN Madura, Wawancara Langsung (24 april 2020)

memberikan penafsiran ataupun kesimpulan sebagai bentuk interpretasi dari paparan data yang telah disajikan sebelumnya. Untuk itu berdasarkan paparan data di atas, diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

1. Fungsi dan strategi humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun 2017-2019

Strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru pada tahun 2017-2019 sebagai berikut:

Pertama, mengadakan sosialisasi pada tahun 2017 dan 2018, sosialisasi ini diadakan di kantor kemenag di empat kabupaten yang ada di Madura dengan peserta kepala sekolah dan operator sekolah tingkat SMA/SMK/MA sederajat dari masing-masing kabupaten di Madura. Sedangkan untuk tahun 2019 tidak diadakan sosialisasi karena dari pemerintah pusat tidak mengharuskan untuk mengadakan sosialisasi tersebut. *Kedua*, mempublikasikan informasi mengenai IAIN Madura menggunakan media, baik itu media massa, online, sosial, serta majalah kampus. Media massa berupa media cetak bekerja sama dengan kabar madura dan radar madura, radio bekerja sama dengan radio karimata dan suara pamekasan, untuk media online menggunakan faktualnews.co, mediajatim.com dan kabarmadura.id. sedangkan media sosial menggunakan facebook, instagram, dan website, dan menggunakan majalah kampus IAIN Madura yakni majalah Warta.

Fungsi humas, yang *pertama*, sebagai *communicator* yakni penyampai pesan kepada khalayak baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, humas datang kepada masyarakat seperti

mengadakan sosialisasi, sedangkan secara tidak langsung, humas mempublikasikan informasi menggunakan media. *Kedua*, sebagai *relationship* yakni pembangun hubungan baik itu hubungan dengan internal maupun eksternal. Hubungan internal yakni hubungan dengan pegawai, dosen, pimpinan, dan lain sebagainya yang merupakan pihak internal dari IAIN Madura. Sedangkan untuk pihak eksternal, humas membangun hubungan baik dengan pers.

Ketiga, sebagai *back up managemant* yakni humas IAIN Madura juga turut membantu manajemen dari internal IAIN Madura seperti promosi penerimaan mahasiswa baru, humas IAIN Madura ikut berkontribusi dalam pembuatan brosur, pamflet, dan baliho. *Keempat*, sebagai *good image maker* yakni sebagai pembuat citra yang baik. Humas IAIN Madura menjadi pembangun reputasi, citra, dan prestasi yang positif mengenai IAIN Madura melalui perencanaan-perencanaan yang dibuatnya.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi humas IAIN Madura

Faktor pendukung dari penerapan strategi humas. *Pertama*, fasilitas yang memadai. fasilitas kehumasan yang memadai di IAIN Madura seperti komputer, WIFI, dan ruangan yang nyaman. *Kedua*, adanya media sosial. Dengan adanya media sosial humas IAIN Madura merasa terbantu karena untuk menyebarkan informasi mengenai IAIN Madura menjadi lebih mudah dan efisien. Dengan adanya faktor pendukung tersebut, humas IAIN Madura merasa terbantu untuk bisa

melakukan pekerjaan-pekerjaannya seperti dalam hal menarik calon mahasiswa baru.

Faktor penghambat dari penerapan strategi humas. *Pertama*, kurangnya sumber daya manusia khususnya bidang kehumasan. Humas IAIN Madura sekarang masih bekerja sendiri tanpa ada staf yang membantu. Maka dari itu humas IAIN Madura kekurangan sumber daya manusia khususnya dibidang kehumasan. *Kedua*, memberikan pemahaman kepada semua pihak mengenai keberadaan humas IAIN Madura sehingga ini berdampak kepada humas IAIN Madura seperti halnya publikasi, jika sebelum adanya humas publikasi dilakukan oleh TIPD maka dengan adanya humas harus melalui humas terlebih dahulu agar lebih struktural saja dan ditakutkan publikasi yang dilakukan tanpa adanya filter dari humas ada kesalahan-kesalahan dari tulisan yang akan dipublikasi baik itu dari isi berita, nama, gelar, dan lain sebagainya.

Ketiga, sekolah yang berjarak jauh memilih tidak hadir acara sosialisasi yang diadakan di kantor kemenag sehingga dengan keputusan untuk memilih tidak menghadiri sosialisasi tersebut berdampak pada informasi yang seharusnya tersampaikan kepada anak didik mereka tidak tersampaikan dengan baik. *Keempat*, ada beberapa yang sekolah yang menghadiri acara sosialisasi tersebut hanya kepala sekolahnya saja, tidak dengan operator sekolah juga maka imbasnya jika kepala sekolahnya saja yang menghadiri sosialisasi tersebut kepala sekolahnya hanya mendengarkan saja tidak mengetahui teknis yang

dijelaskan mengenai cara-cara mendaftarkan siswanya di IAIN Madura sehingga informasi yang disampaikan tidak tersampaikan secara utuh.

C. Pembahasan

Telah dibahas pada sub bab metode penelitian, bahwa penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Untuk itu setelah peneliti memaparkan paparan data dan temuan penelitian, pada bab ini peneliti akan mengkorelasikan temuan penelitian dengan teori yang ada. Hal itu untuk memperjelas temuan yang diungkap dari lapangan.

Pada pembahasan ini peneliti memaparkan sesuai dengan fokus penelitian yang telah menjadi rumusan sejak awal penelitian ini dilakukan. Pertama, bagaimana fungsi dan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019. Kedua, faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi Humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019.

1. Fungsi dan strategi humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019

Hubungan masyarakat atau biasa disingkat dengan Humas merupakan aktivitas di berbagai bidang ilmu (humas adalah multidisiplin ilmu). Humas menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari

publik.⁵⁵ Begitupun dengan humas IAIN Madura yang terus berusaha untuk bisa menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi kepada khalayaknya. Dengan menggunakan strategi-strategi yang dianggap mampu untuk bisa menumbuhkan pengertian, kepercayaan dan dipandang dengan citra yang positif oleh publiknya khususnya dalam menarik calon mahasiswa baru. Ada beberapa strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru tahun 2017-2019. Pihak humas IAIN Madura memanfaatkan media komunikasi yaitu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media komunikasi dijelaskan sebuah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mengolah, mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana media komunikasi adalah alat perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator ke komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyampaikan pesan.

Sesuai dengan paparan data, peneliti menemukan strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura diantaranya menggunakan media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak langsung.

a. Media komunikasi langsung

Media komunikasi langsung merupakan proses komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Seperti halnya ketika komunikator berbicara dengan komunikan tanpa adanya

⁵⁵ Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm 2

perantara atau media komunikasi sebagai penghantar pesan atau informasi.⁵⁶

Begitupun dengan Humas IAIN Madura menggunakan komunikasi langsung untuk bisa menyebarkan informasinya yang bertujuan untuk menarik minat calon mahasiswa baru. Komunikasi langsung yang digunakan oleh Humas IAIN Madura berupa sosialisasi yang diadakan oleh IAIN Madura. Sosialisasi yang diadakan oleh IAIN Madura (tim sosialisasi) sebagai komunikator menyampaikan pesan melalui pertemuan yang diadakannya dengan kapala sekolah dan operator sekolah sebagai komunikannya. Pesan-pesan yang disampaikanpun seputar bagaimana cara mendaftar di IAIN Madura, program studi apa saja yang ada di IAIN Madura, hingga fasilitas kampus yang dimiliki IAIN Madura.

b. Media komunikasi tidak langsung

Komunikasi tidak langsung merupakan proses dari suatu komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung atau memerlukan bantuan alat komunikasi yang fungsinya sebagai media komunikasi. Komunikasi tidak langsung ini umumnya menggunakan media perantara sebagai penghantar pesan atau informasi agar sampai ke komunikan atau penerima pesan.

Seperti halnya humas IAIN Madura juga menggunakan media komunikasi tidak langsung untuk menyampaikan

⁵⁶ <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-langsung-dan-tidak-langsung/amp> diakses pada tanggal 10 April 2020 07:44

pesannya. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh humas IAIN Madura diantaranya:

1) Media massa

Media massa menjadi pilihan humas IAIN Madura untuk menyebarkan informasinya. Salah satunya dengan mempublikasi berita atau informasi mengenai IAIN Madura menggunakan media massa seperti cetak, radio, online, serta majalah kampus. Dengan menjalin hubungan yang baik antara humas IAIN Madura dengan pers dimaksudkan untuk bisa mengekspos informasi-informasi maupun kegiatan-kegiatan yang ada di IAIN Madura. Dapat disimpulkan bahwa hubungan dengan media massa sangat penting untuk membangun citra yang positif melalui pemberitaan yang disebar oleh media massa.

2) Media sosial

Seiring berkembangnya teknologi khususnya internet, humas IAIN Madura memanfaatkan media sosial sebagai salah satu wadah untuk menarik calon mahasiswa baru. Pemanfaat media sosial sebagai cara untuk menyebarkan informasi dinilai cukup efektif, baik itu melalui facebook dan instagram resmi IAIN Madura, serta website IAIN Madura di www.iainmadura.ac.id.

Menurut Rosady Ruslan dalam buku manajemen *public relations* dan media komunikasi, menyatakan berita yang ditampilkan atau

diekspos keluar oleh media massa merupakan cara efektif pembentukan opini publik atau masyarakat umum.⁵⁷ Sejalan dengan apa yang dilakukan oleh humas IAIN Madura, yang mempublikasi berita-berita di media massa maupun sosial yang dinilai mampu meningkatkan citra dan opini masyarakat yang positif dari IAIN Madura, sehingga dengan menyangand citra positif serta dipandang baik oleh masyarakat akan membuat calon pendaftar mahasiswa baru merasa tertarik untuk berkuliah di IAIN Madura.

Berbicara mengenai opini masyarakat, menurut Rachmat Kriyantono, *second level agenda-setting* yang menjelaskan bahwa media tidak saja menyampaikan berita berdasarkan fakta peristiwa dengan memberikan penekanan atau penonjolan pada suatu aspek dan mengurangi penekanan pada aspek lainnya.⁵⁸ Peneliti menemukan bahwa di berbagai media yang memberitakan IAIN Madura berisi berita yang menonjolkan terhadap prestasi-prestasi yang didapatkan oleh IAIN Madura, meskipun demikian terdapat berita yang menjelaskan terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan di IAIN Madura dan berita lainnya.

Melihat dari berbagai strategi yang dijalankan oleh humas IAIN Madura jika dikaitkan dengan teori komunikasi milik Harold D Lasswell yang memiliki rumusan teori dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*, yakni pada elemen pertama *Who*, siapa atau yang merupakan pemberi pesan

⁵⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Rrelations dan Media Komunikasi*, hlm 73

⁵⁸ Rachmat Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perseptif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*, (Jakarta: KENCANA, 2014), hlm. 328

kepada komunikannya, hal ini sejalan dengan peran humas sebagai komunikator yang menyampaikan pesannya kepada khlayak luas baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Elemen kedua *Says What*, artinya pesan apa yang disampaikan oleh komunikator, pesan yang disampaikan oleh humas IAIN Madura dapat berupa informasi yang dianggap penting oleh khalayaknya seperti informasi mengenai penerimaan calon mahasiswa baru di IAIN Madura, kegiatan-kegiatan yang ada di IAIN Madura, prestasi mahasiswa maupun dosen IAIN Madura, dan lain sebagainya. Elemen ketiga *In Which Channel*, merujuk pada penggunaan media apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan, humas IAIN Madura dalam menyampaikan pesannya disampaikan secara langsung seperti tatap muka langsung dalam acara sosialisasi dan tidak langsung yakni menggunakan media seperti media massa dan media sosial, media massa yang digunakan antara lain menggunakan media cetak, radio, dan online, sedangkan untuk media sosial menggunakan media facebook, Instagram, dan website.

Elemen keempat *To Whom*, yakni elemen yang merujuk kepada siapa pesan yang akan disampaikan (komunikan), dalam hal ini komunikan dari humas IAIN Madura adalah orang yang memiliki kepentingan yang sama dengan IAIN Madura, seperti masyarakat luas dan kepala sekolah serta operator sekolah dalam acara sosialisasi. Elemen kelima *Effect*, yakni efek apa yang ditimbulkan dari komunikasi tersebut, dari komunikasi yang dilakukan oleh humas IAIN Madura

dengan masyarakat efek yang ditimbulkan dari komunikasi tersebut yakni masyarakat dapat mengetahui informasi yang diberikan oleh humas IAIN Madura seperti informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru, sehingga dengan melakukan komunikasi ini dapat menjawab semua pertanyaan tentang penerimaan mahasiswa baru.

Strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura dalam menarik calon mahasiswa baru bisa dibilang sukses karena jika dilihat dari tabel 4.1 pada halaman 45, dua belas dari mahasiswa yang peneliti wawancarai mengetahui informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru berasal dari guru SMA mereka, yang mana guru SMA tersebut mendapatkan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru dari usaha-usaha yang dilakukan oleh humas IAIN Madura, seperti sosialisasi yang diadakan di kantor kemenag dan informasi yang disebarkan oleh IAIN Madura mengenai penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura. Dengan strategi-strategi yang dijalankan tersebut terbukti bahwa peningkatan calon pendaftar baru di IAIN Madura meningkat cukup pesat dari tahun ke tahun.

Melihat dari berbagai strategi yang digunakan oleh humas IAIN Madura untuk menarik calon mahasiswa baru, dapat dijelaskan bahwa fungsi humas mencakup hal-hal berikut yang berdasarkan pada fungsi humas menurut Rosady Ruslan, yang mengelompokkan fungsi humas sebagai *communicator*, *relationship*, *back up managemant*, dan *good image maker*.

Humas IAIN Madura sebagai *communicator*, berdasarkan strategi yang telah diterapkan humas dapat disimpulkan bahwa humas IAIN Madura sebagai komunikator, yakni menjadi orang yang menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Baik itu dengan cara komunikasi langsung maupun komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung yang dilakukan oleh humas IAIN Madura adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada kepala sekolah tingkat SMA/SMK/MA sederajat. Sedangkan untuk komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh humas adalah dengan cara mempublikasikan berita-berita ataupun informasi mengenai IAIN Madura menggunakan media.

Fungsi kedua humas IAIN Madura sebagai *relationship*, membangun hubungan yang positif dengan publik internal maupun eksternal merupakan salah satu fungsi humas IAIN Madura. Dengan membangun hubungan yang positif dengan berbagai publik diharapkan dapat menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dan saling memberi dukungan antara kedua belah pihak. Membangun hubungan yang positif antara humas IAIN Madura dengan pihak internal maupun pihak eksternal.

Fungsi ketiga dari humas IAIN Madura sebagai *back up managemant*. Sebagai seorang humas, humas IAIN Madura dituntut untuk bisa mendukung terhadap kegiatan manajemen yang diadakan oleh institusi yang menaunginya. Begitupun dengan humas IAIN Madura melakukan dukungan terhadap kegiatan manajemen yang

diadakan oleh IAIN Madura khususnya pada proses penerimaan mahasiswa baru,

Fungsi keempat humas IAIN Madura adalah *good image maker*, sebagai pembuat citra yang baik. Humas IAIN Madura tanpa disadari sudah membangun citra dihadapan masyarakat luas dengan strategi-strategi yang dilakukannya. Membentuk citra yang baik tentang IAIN Madura dilakukan oleh humas dengan mengadakan publikasi yang positif melalui media-media, baik itu media massa, online, dan sosial. Publikasi yang positif tersebut meliputi kegiatan-kegiatan kampus, prestasi yang dicapai oleh mahasiswa baik nasional maupun internasional, dan lain sebagainya.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi humas IAIN Madura dalam upaya menarik calon mahasiswa baru tahun akademik 2017-2019

Berbicara mengenai strategi humas, pasti ada pasang surut dari usaha yang dilaksanakan oleh humas IAIN. Faktor pendukung dan penghambat pun menjadi salah satu faktor keberhasilan dari usaha-usaha yang dijalankan oleh humas IAIN Madura. Seperti faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi humas IAIN Madura, sebagai berikut:

Faktor pendukung dari penerapan strategi humas. *Pertama*, fasilitas yang memadai. fasilitas kehumasan yang memadai di IAIN Madura seperti komputer, WIFI, dan ruangan yang nyaman. *Kedua*, adanya media sosial. Dengan adanya media sosial humas IAIN Madura

merasa terbantu karena untuk menyebarkan informasi mengenai IAIN Madura menjadi lebih mudah dan efisien.

Faktor penghambat dari penerapan strategi humas. *Pertama*, kurangnya sumber daya manusia khususnya bidang kehumasan. Humas IAIN Madura sekarang masih bekerja sendiri tanpa ada staf yang membantu. Maka dari itu humas IAIN Madura kekurangan sumber daya manusia khususnya dibidang kehumasan. Menurut Morissan dalam buku Manajemen *Pubic Relations*, besar kecilnya departemen humas internal pada suatu organisasi atau perusahaan tergantung pada tiga hal salah satunya adalah ukuran organisasi atau perusahaan itu sendiri.⁵⁹ Melihat ukuran dari IAIN Madura yang cukup besar tidak dapat dipungkiri sangat diperlukan keberadaan humas. Untuk itu humas IAIN Madura merasa kurangnya sumber daya manusia menjadi salah satu faktor penghambat dari strategi.

Kedua, memberikan pemahaman kepada semua pihak mengenai keberadaan humas IAIN Madura. *Ketiga*, sekolah yang berjarak jauh memilih tidak hadir acara sosialisasi yang diadakan di kantor kemenag. *Keempat*, ada beberapa yang sekolah yang menghadiri acara sosialisasi tersebut hanya kepala sekolahnya saja, tidak dengan operator sekolah juga.

⁵⁹ Morissan, *Manajemen Public Relations*, hlm 95-96