

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Membangun Citra Universitas Unggul Bidang Kemahasiswaan (Analisis Strategi Humas UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). Citra suatu perguruan tinggi sangat penting dalam menarik minat calon mahasiswa serta membangun reputasi di kalangan masyarakat luas. Dalam era digital ini, citra tidak hanya dibangun melalui prestasi akademik, tetapi juga melalui berbagai aktivitas kemahasiswaan yang mencerminkan kualitas lingkungan belajar dan pengembangan diri mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi humas universitas islam negeri fatmawati sukarno bengkulu dalam memanfaatkan media sosial dan media massa untuk membangun citra sebagai universitas unggulan di bidang kemahasiswaan.

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Memiliki Keunikan Sebagai Universitas Islam Negeri Yang Mengedepankan Perpaduan Antara Ilmu Pengetahuan Umum Dan Agama, Serta Potensi Besar Di Bidang Kemahasiswaan, Baik Dalam Aktivitas Organisasi Maupun Prestasi Non-Akademik. Dengan Populasi Mahasiswa Yang Beragam, Universitas Ini Juga Memiliki Berbagai Organisasi Kemahasiswaan Yang Dinamis, Yang Jika Dipromosikan Dengan Baik, Dapat Memberikan Citra Positif Yang Kuat.¹

Latar belakang permasalahan terkait komunikasi Humas Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dalam membangun citra positif universitas, khususnya bidang kemahasiswaan, berfokus pada peran penting Humas dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dalam era digital saat ini, strategi komunikasi yang efektif melalui media massa dan media sosial menjadi kunci untuk mempromosikan prestasi serta

¹ Fadli. Fungsional Ahli Pertama Humas Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, *Wawancara* online, Pada Tanggal 27 Agustus 2024

kegiatan mahasiswa.

Namun, tantangan muncul dalam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu menghadapi berbagai tantangan dalam upayanya membangun citra sebagai universitas unggulan, terutama di wilayah tempat mahasiswa melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Salah satu tantangan yang dihadapi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu dalam membangun citra sebagai universitas unggulan berbasis keislaman adalah keterbatasan kemampuan sebagian mahasiswa dalam menguasai keterampilan dasar keagamaan.

Beberapa kasus menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang belum mampu melaksanakan tugas-tugas keagamaan seperti adzan, khutbah, atau keterampilan lainnya yang menjadi bagian dari esensi pendidikan berbasis Islam.

Berdasarkan wawancara dengan Narasumber pertama oleh Haji Rendra Hidayat, pengurus Masjid Al-Ikhlas, Desa Padang Pelawi, Seluma Kec. Sukaraja diperoleh pandangan mengenai mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang kurang mampu menjalankan peran keagamaan di masyarakat.

Ia menyatakan keprihatinannya atas kemampuan sebagian mahasiswa yang belum bisa mengaji, menyampaikan khutbah, atau memberikan ceramah. Sebagai pengurus masjid, Haji Rendra Hidayat berharap mahasiswa KKN dapat memberikan kontribusi positif, terutama dalam kegiatan keagamaan, karena masyarakat melihat mereka sebagai perwakilan dari universitas berbasis Islam. Namun, ia juga memahami bahwa tidak semua mahasiswa memiliki latar belakang kemampuan yang sama. Haji Rendra Hidayat menekankan pentingnya keberanian mahasiswa untuk belajar, berkolaborasi dengan masyarakat, dan memulai dari hal-hal kecil agar tetap memberikan manfaat. Sikap pasif atau tidak berpartisipasi dianggapnya dapat meninggalkan kesan kurang baik di mata

masyarakat.²

Berdasarkan wawancara dengan Narasumber ke Dua Saudara Odi Iswandi, Ketua Karang Taruna Desa Padang Pelawi, Seluma Kec. Sukaraja diperoleh pandangan mengenai mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang kurang mampu mengaji, khutbah, atau ceramah dalam kegiatan keagamaan. Saudara Odi Iswandi menyampaikan bahwa masyarakat desa, termasuk pemuda karang taruna, biasanya menyambut mahasiswa KKN dengan antusias karena mereka diharapkan membawa semangat baru dan ide-ide positif. Namun, ia merasa kecewa jika mahasiswa dari universitas berbasis Islam tidak memiliki kemampuan dasar dalam bidang keagamaan, mengingat masyarakat memandang mereka sebagai contoh dalam aktivitas keagamaan sehari-hari.

Meski demikian, ia juga memahami bahwa kemampuan mahasiswa tidak selalu seragam. Ia berharap mahasiswa yang memiliki keterbatasan mau belajar, berpartisipasi, dan terlibat aktif dalam kegiatan agama, seperti membantu mengajar anak-anak mengaji atau mengikuti kegiatan keagamaan lainnya. Menurutnya, sikap untuk belajar dan berkontribusi jauh lebih penting dibandingkan kemampuan itu sendiri, karena masyarakat akan menghargai niat baik dan usaha mereka.³

Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan masyarakat terhadap lulusan universitas Islam dengan realitas kemampuan mahasiswa di bidang keagamaan. Kondisi ini menjadi perhatian penting bagi pihak universitas, mengingat salah satu tujuan utama UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu adalah mencetak lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kompetensi keislaman yang kuat.

Ketidaksiapan mahasiswa dalam tugas-tugas dasar keagamaan dapat

² Fadli. Fungsional Ahli Pertama Humas Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, *Wawancara online*, Pada Tanggal 6 November 2024

³ Haji Rendra Hidayat. pengurus Masjid Al-Ikhlâs, Desa Padang Pelawi, Seluma Kec. Sukaraja, *Wawancara Tatap Muka*, Pada Tanggal 4 Desember 2024

memengaruhi persepsi masyarakat terhadap universitas sebagai lembaga pendidikan Islam. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis dari pihak universitas, baik melalui peningkatan kurikulum keagamaan, pelatihan khusus, maupun pembinaan intensif untuk memastikan bahwa setiap mahasiswa memiliki kemampuan yang memadai di bidang keislaman, sehingga dapat mendukung visi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai universitas Islam yang unggul dan berkontribusi di masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mengeksplorasi lebih lanjut Bagaimana Strategi Komunikasi Dan Publikasi Yang Dijalankan Oleh Humas Universitas Dapat Mempengaruhi Pandangan Publik, Terutama Mahasiswa, Terhadap Citra Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu tersebut. Penelitian ini juga akan Mengeksplorasi Penggunaan Media Sosial Dan Media Massa Dalam Meningkatkan Profil Universitas Di Tingkat Nasional. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika komunikasi publik di institusi pendidikan tinggi Islam dalam konteks era digital.⁴

Dari latar belakang tersebut, penulis berkeinginan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Dan Publikasi Yang Dijalankan Oleh Humas Universitas Dapat Mempengaruhi Pandangan Publik, Terutama Mahasiswa, Terhadap Citra Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting untuk memahami peran strategi Humas dalam konteks akademik, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi bagi institusi dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif di masa depan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka muncul permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Humas dalam membangun citra Universitas Islam

⁴ Odi Iswandi. Ketua Karang Taruna, Desa Padang Pelawi, Seluma Kec. Sukaraja, Wawancara Tatap Muka, Pada Tanggal 4 Desember 2024

Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Sebagai Universitas unggulan bidang kemahasiswaan?

2. Apa hambatan dan Solusi dalam membangun citra UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai Universitas unggulan bidang kemahasiswaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas dalam membangun citra Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu menjadi unggulan bidang kemahasiswaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan dan Solusi dalam membangun citra Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai Universitas bidang kemahasiswaan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat tercapai apabila rumusan masalah dapat terjawab dan bisa dijabarkan dengan baik oleh penulis, dan manfaat penelitian dapat di bagi menjadi dua, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah teori dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan manajemen komunikasi organisasi, strategi humas, dan pembentukan citra lembaga pendidikan tinggi. Hasil penelitian dapat memberikan referensi teoritis mengenai bagaimana humas dapat mempengaruhi persepsi publik melalui strategi media sosial.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah strategi komunikasi yang terencana, Humas dapat merespons isu atau krisis dengan lebih cepat dan efektif, baik di media sosial maupun media massa, mengurangi dampak negatif dan menjaga citra positif institusi

dalam bidang kemahasiswaan.

E. Kajian Pustaka

Berikut beberapa penelitian terkait yang telah peneliti baca. Penelitian pertama berjudul “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Perspektif Manajemen Islam” (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kota Kediri) Pada tahun 2021. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank BNI melakukan strategi mempertahankan citra yaitu kerjasama dengan media, dengan pendekatan sosial bersifat peruasif dan melaksanakan program CSR.⁵

Persamaan penelitian sekarang dengan terdahulu adalah sama-sama membahas tentang strategi public relations di bank dan membahas tentang bagaimana cara mempertahankan citra perusahaan. Untuk perbedaannya pada penelitian terdahulu objek yang dipilih adalah di Bank BNI Syariah Cabang Kota Kediri

Penelitian kedua berjudul “Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Pada Bank Syariah (Studi Pada BRI Syariah Cabang Kota Bengkulu)” ditulis oleh Wandira Puspita Sari Pada tahun 2022.⁵

Menurut Hendrik Budi Untung Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, seperti kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan memberikan beasiswa untuk anak yang tidak mampu didaerah tersebut dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk

⁵ Silvana Aprillia Atin, “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Perspektif Manajemen Islam (Studi Kasus Bni Syariah Kantor Cabang Kota Kediri)” *Public Relations*, (02, 2015), halaman 105.

masyarakat yang berada disekitaran perusahaan tersebut berada.

Penelitian ketiga berjudul “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Masa Pandemi (Studi Kasus pada PT Vale Indonesia Tbk)” di tulis oleh Victorya Rozy Anggraeni pada Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.⁶

Menurut Marbun (2021:5) Public Relations merupakan bagian dari perusahaan yang bertugas menjaga komunikasi antara organisasi dengan pihak eksternal maupun pihak internal, pihak internal perusahaan yaitu seperti karyawan. Setiap perusahaan tidak hanya ingin produknya dikenal saja, namun perusahaan saja ingin menjalin hubungan baik dengan publiknya. Publik (stakeholders) merupakan sasaran dari kegiatan public relations. Secara umum publik dapat dikelompokkan menjadi publik internal dan public eksternal. Publik internal adalah publik yang berada dalam perusahaan atau organisasi tempat public relations bekerja, seperti manajer, karyawan, keluarga baik keluarga karyawan maupun keluarga manajer. Sedangkan publik eksternal adalah publik yang berada diluar lingkup perusahaan. Publik eksternal antara lain konsumen atau pelanggan, komunitas, kelompok-kelompok masyarakat (kelompok penekan atau pressure group, lembaga swadaya masyarakat), pemerintah, bank, pemasok, media massa dan sebagainya.⁷

Penelitian keempat berjudul “Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi” di tulis oleh Kusumawati (2013) pada Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, menunjukkan bahwa humas memainkan peran penting dalam komunikasi antara universitas dan publik. Strategi yang umum digunakan mencakup *branding*, kampanye media,

⁶ Wandira Puspita Sari, “Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Pada Bank Syariah (Studi Pada Bri Syariah Cabang Kota Bengkulu)” Komunikasi, (07,2022) halaman 65.

⁷ Victorya Rozy Anggraeni, “STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA

PERUSAHAAN DI MASA PANDEMI (Studi Kasus Pada PT Vale Indonesia Tbk),” Ilmu dan Riset manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, (Jakarta 01 2021), halaman 60.

kerjasama dengan media massa, serta kegiatan event internal dan eksternal.⁸

Penelitian kelima berjudul "Strategi Humas dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan" di tulis oleh Effendi (2017) pada Jurnal Ilmu komunikasi, menekankan pentingnya koordinasi antara unit humas dan bidang kemahasiswaan untuk menciptakan citra unggul yang terintegrasi dari kualitas mahasiswa dan layanan pendidikan.

Pada awalnya konsep strategi diartikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep generik ini sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer merupakan cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan. Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran disebut dengan istilah taktik (Assauri, 2017:24).

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategis, strategis tidak didefinisikan semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategis dalam konsep manajemen strategis mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri melalui berbagai tujuan strategis yang dibuat oleh perusahaan yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan (Assauri, 2017:24).⁹

Skripsi dengan judul "Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Perspektif Manajemen Islam (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kota Kediri)" Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank BNI melakukan strategi mempertahankan citra yaitu kerjasama dengan media, dengan pendekatan sosial bersifat peruasif dan melaksanakan program CSR.¹⁰

⁸ Victorya Rozy Anggraeni, "STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN DI MASA PANDEMI (Studi Kasus Pada PT Vale Indonesia Tbk)," Ilmu dan Riset manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, (Jakarta 01 2021), halaman 65.

⁹ Kusumawati, "Strategi Humas dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan" Ilmu komunikasi (2017), halaman 102.

¹⁰ Effendi, "Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi" Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (2013), halaman 89

Persamaan penelitian sekarang dengan terdahulu adalah sama-sama membahas tentang strategi public relations di bank dan membahas tentang bagaimana cara mempertahankan citra perusahaan. Untuk perbedaannya pada penelitian terdahulu objek yang dipilih adalah di Bank BNI Syariah Cabang Kota Kediri.

