

SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
DALAM MENGELOLA CITRA KAMPUS**



OLEH:

NUR APNI

105651102020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

TAHUN

2024

STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
DALAM MENGELOLA CITRA KAMPUS

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

NUR APNI

Nomor Induk Mahasiswa: 105651102020

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

TAHUN

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal Penelitian : Strategi Humas Universitas Muhammadiyah dalam
Mengelola Citra Kampus

Nama Mahasiswa : Nur Apni

Nomor Induk Mahasiswa : 105651102020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I


Dr. Muhammad Yahya, M.Si
NIDN. 1205106501

Pembimbing II


Syukri, S.Sos., M.Si
NIDN. 12806760

Mengetahui:

Dekan


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730727

Ketua Program Studi

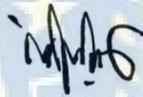

Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 923568

PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh tim penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan atau undangan menguji ujian skripsi Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan Nomor : 0225/FSP/A.4-II/I/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam program studi Ilmu Komunikasi di Makassar pada hari Senin tanggal 29 Bulan Januari Tahun 2024.

Mengetahui

Ketua



Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM.730727

Sekretaris



Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si
NBM.992797

Tim Penguji

1. Wardah, S.Sos., M.A
2. Arni, S.Kom., M.I.Kom
3. Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I.Kom
4. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Apni

Nomor Induk Mahasiswa : 105651102020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik dan pemberian sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 04 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Nur Apni

ABSTRAK

APNI. Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus (Dibimbing oleh Muhammad Yahya dan Syukri)

Humas merupakan sebuah lembaga yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Humas memiliki peranan untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak eksternal kampus dan menjaga nama baik dari kampus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dimiliki Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus. Kegunaan penelitian ini yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan tipe penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal yang dapat memperburuk citra kampus adalah penyebaran berita negatif tentang kampus yang dimedia dan cara untuk menangani hal tersebut yaitu penyebaran berita positif terkait kampus di media website kampus, mengelola media sosial untuk memantau penyebaran berita negatif kampus, dan menjalin kerjasama dengan lembaga eksternal kampus. Adapun faktor pendukung Humas dalam mengolah citra kampus yaitu terjalinnya kerjasama dengan semua elemen kampus. Sedangkan faktor penghambatnya, keterbatasan SDM yang dimiliki Humas dalam menjalankan tugasnya.

Keyword: Strategi, Humas, Citra Kampus

KATA PENGANTAR

Di zaman yang semakin maju dalam bidang informasi dan persaingan yang semakin sengit dalam dunia pendidikan, gambaran yang dimiliki oleh kampus menjadi faktor yang amat penting untuk menarik minat calon mahasiswa, menjalin kerjasama dengan mitra, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan bermutu, Universitas Muhammadiyah Makassar juga menyadari betapa pentingnya mengelola gambaran kampus dengan baik.

Untuk mencapai sasaran tersebut, Humas (Hubungan Masyarakat) Universitas Muhammadiyah Makassar memegang peran yang sangat vital. Program kerja Humas yang efektif dapat menjadi dasar dalam membangun reputasi yang baik bagi universitas dan mengomunikasikan nilai-nilai serta keunggulan yang dimiliki. Namun, untuk mencapai hal tersebut, diperlukan pemahaman yang matang tentang strategi dan praktik yang efektif dalam membangun citra kampus.

Dalam situasi ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki program kerja Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan prestasi yang dihadapi dalam mengatur citra kampus.

Diharapkan bahwa laporan penelitian ini akan memberikan kontribusi yang penting dalam pengembangan teori dan praktik di bidang Humas, terutama dalam

mengolah citra kampus. Hasilnya diharapkan dapat memberikan pandangan baru, saran, dan petunjuk praktis bagi bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meningkatkan efektivitas program kerja mereka dan memperkuat citra kampus.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyusun proposal penelitian ini. Saya berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam meningkatkan program kerja Humas Universitas Muhammadiyah Makassar.



Nur Apni

DAFTAR ISI

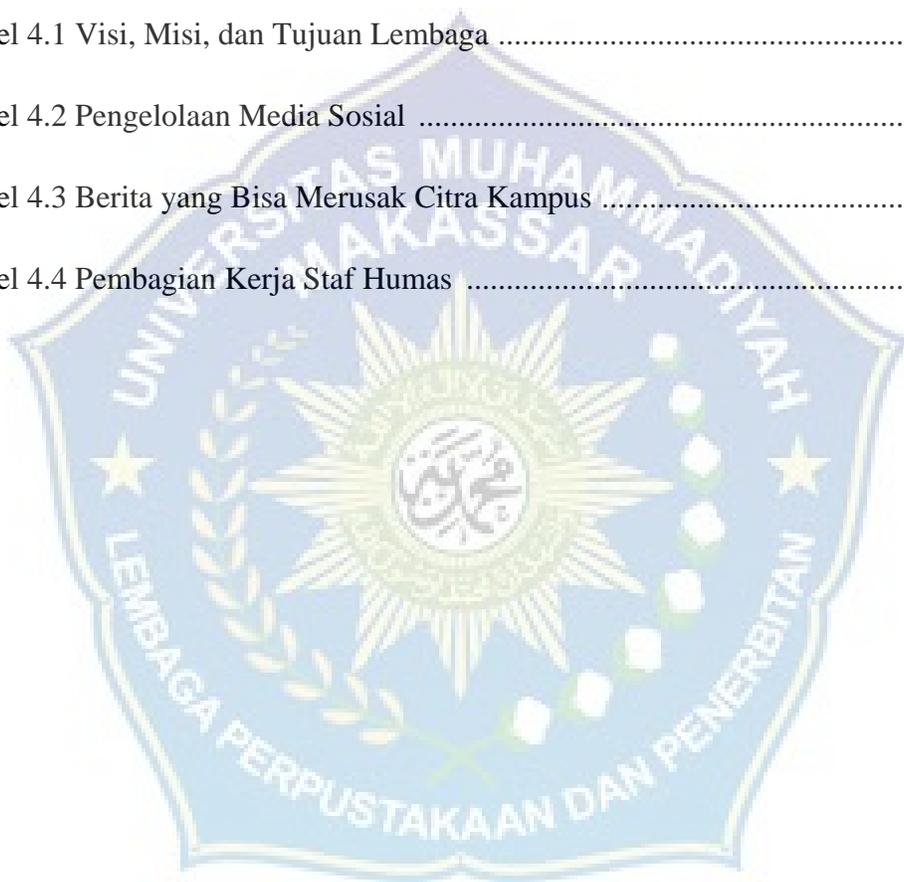
SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7

A. Penelitian Terdahulu	7
B. Konsep dan Teori	10
C. Kerangka Pikir	22
D. Fokus Penelitian	22
E. Deskripsi Fokus	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
B. Jenis dan Tipe Penelitian	25
C. Sumber Data	26
D. Informan Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
G. Teknik Pengabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
B. Hasil Penelitian	38
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81



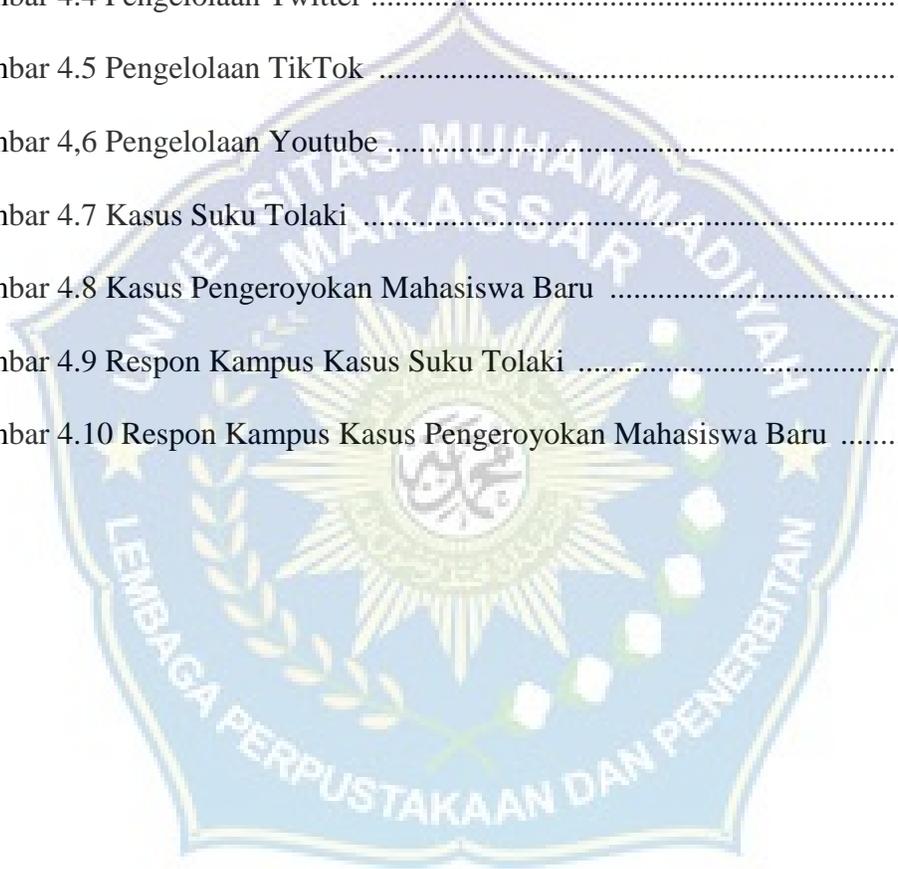
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Kerangka Pikir	22
Tabel 3.1 Informan	28
Tabel 4.1 Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga	37
Tabel 4.2 Pengelolaan Media Sosial	50
Tabel 4.3 Berita yang Bisa Merusak Citra Kampus	54
Tabel 4.4 Pembagian Kerja Staf Humas	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36
Gambar 4.2 Pengelolaan Website	49
Gambar 4.3 Pengelolaan Instagram	50
Gambar 4.4 Pengelolaan Twitter	51
Gambar 4.5 Pengelolaan TikTok	51
Gambar 4.6 Pengelolaan Youtube	52
Gambar 4.7 Kasus Suku Tolaki	54
Gambar 4.8 Kasus Pengeroyokan Mahasiswa Baru	54
Gambar 4.9 Respon Kampus Kasus Suku Tolaki	55
Gambar 4.10 Respon Kampus Kasus Pengeroyokan Mahasiswa Baru	55



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah salah satu hal yang terus berkembang di Indonesia, termasuk juga perguruan tinggi. Sebagai lembaga pendidikan, setiap perguruan tinggi perlu mempertahankan citra yang baik dimata masyarakat. Di Indonesia ini, telah banyak universitas yang telah diakui memiliki standar nasional, diantaranya Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, dan Institut Teknologi Bandung.

Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan salah satu kampus yang berbasis islami di Makassar. Sebagai lembaga pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar juga perlu mempertahankan citra yang dimiliki tidak hanya dimata masyarakat tetapi juga dimata para mahasiswa. Untuk itulah, diperlukan kerja Humas dalam mengolah citra tersebut. Citra yang dimiliki oleh lembaga perguruan tinggi juga bisa menjadi pemicu dalam menarik minat para mahasiswa baru, apalagi jika ditinjau dari banyaknya pesaing yang dimiliki.

Untuk mempertahankan citra sebagai kampus islami, maka perlu dilakukan kerja-kerja oleh Hubungan Masyarakat atau yang disingkat Humas yang memiliki peranan penting dalam mempertahankan citra tersebut. Humas adalah suatu bentuk pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan

menggunakan konsep komunikasi. Selain itu, menurut Abdurrahman, Humas memiliki dua makna yaitu sebagai teknik komunikasi dan sebagai metode komunikasi. Berdasarkan dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Humas memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan, termasuk juga di lembaga pendidikan universitas untuk mengolah dan mempertahankan citra kampus. (Mukarom & Laksana, 2019)

Humas juga perlu menjaga hubungan yang baik antara masyarakat dan organisasi. Seperti yang dijelaskan dalam surah Al-Hujurat ayat 10 yang



إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ
أَخْوِيكُمْ وَأَتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

berbunyi:

Artinya: Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990) menyatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri yang dimiliki masyarakat kepada perusahaan tersebut. Kesan tersebut merupakan kesan yang sengaja diciptakan melalui suatu objek, orang atau organisasi. (Soemirat & Ardianto, 2012)

Dalam melaksanakan tugasnya, Humas bukanlah sebuah pekerjaan yang dapat dikerjakan dengan mudah. Untuk menjalankan tugasnya,

diperlukan sumber daya manusia yang mempuni, tidak hanya dari kualitasnya saja tetapi juga dari kuantitasnya. Oleh karena itu, diperlukan orang-orang yang mampu berpikir kritis, inovatif, dan aspiratif. Humas dapat dikatakan telah berjalan efisien jika mencapai beberapa tujuan, diantaranya dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut, maka Humas perlu memiliki rencana untuk memaksimalkan tujuan yang dimiliki dengan sumber daya yang ada. (Syukri & Sumarni, 2020)

Berdasarkan hasil penelitian dari (Hanika & Anjani, 2019) mendefinisikan bahwa seiring berkembangnya waktu maka pihak Humas kampus perlu perenanaan strategis dan menguasai teknologi digital untuk bisa merespon masyarakat dengan cepat. Oleh karena itu diperlukan juga kerja Humas dalam mengolah citra kampus melalui media sosial. Dikutip dari (Pratiwi et al., 2019) pada penelitian Citra Universitas Dian Nuswantoro melalui akun @udinus_smg tentang pentingnya sebuah unggahan di akun universitas tersebut. Setiap unggahan yang diposting melalui akun media sosial bisa memperkuat citra yang dimiliki oleh universitas. Hal tersebut bisa terjadi karena unggahan yang diposting melalui media sosial universitas adalah unggahan stakeholder yang memuat tentang prestasi yang telah diraih oleh mahasiswa dan dosen serta memuat tentang program studi dan fakultas.

Lembaga untuk Humas di Universitas Muhammadiyah Makassar diberi nama Humas dan Protokoler serta berada dinaungan Wakil Rektor II.

Seperti tugas Humas yang lainnya, Humas di Universitas Muhammadiyah Makassar juga perlu mengolah citra kampus, untuk membenruk citra yang baik dimata masyarakat. Salah satu hal yang perlu dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra yaitu mempromosikan kampus untuk meningkatkan mahasiswa baru. Langkah yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk menarik minat mahasiswa baru adalah melakukan publikasi tentang prestasi yang dimiliki oleh kampus dan menjalin komunikasi dengan berbagai media. (Syukri & Sumarni, 2020)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa salah satu langkah Humas untuk mengolah citra yang baik, maka Humas perlu menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait organisasi, baik secara lisan dan tulisan. Untuk mempermudah kerja-kerja Humas maka dibagilah menjadi beberapa sub bagian yang bekerja di bidang masing-masing untuk pengoptimalan kerja-kerja Humas. Adapun sub bagian Humas yaitu Peliputan dan Pemberitaan, Informasi dan Komunikasi Masyarakat, serta Dokumentasi dan Inventaris (Syahrani, 2021)

Humas memiliki tugas untuk mengelola citra kampus, untuk itulah diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang melimpah dengan pembagian kerja yang jelas serta sarana dan prasarana yang sesuai untuk mendukung tugas-tugas yang dimiliki oleh Humas agar tugas-tugas tersebut dapat berjalan dengan baik. Akan tetapi, berdasarkan hasil obesrvasi awal yang telah

dilakukan oleh peneliti yaitu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar memang telah menjalankan tugasnya untuk mengelola citra tersebut tetapi SDM dan sarana prasarana yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sangatlah tidak sesuai. SDM yang dimiliki Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya terdapat empat orang dengan satu kepala bagian dan tiga staf. Sarana prasarana yang dimiliki juga tidak sesuai untuk menunjang tugas-tugas Humas seperti komputer dengan prosesor rendah, sedangkan Humas memerlukan komputer dengan prosesor tinggi untuk pengelolaan video.

Selain itu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu mengupgrade skill yang dimiliki oleh staf-stafnya. Seharusnya, sasaran utama Humas Universitas Muhammadiyah dalam menyebarkan informasi terkait prestasi-prestasi kampus adalah para remaja yang akan melanjutkan jenjang pendidikannya. Daripada membaca berita yang panjang, para remaja akan lebih cenderung untuk membaca mikroblog.

Meskipun dengan berbagai kekurangan tersebut, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tidak bisa melalaikan tugas utama yang dimilikinya untuk mengelola citra dari organisasi tersebut. Dengan membangun citra yang baik bisa meningkatkan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat dan juga beberapa institusi atau perusahaan dan kampus yang lain untuk menjalin kerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Makassar. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti Humas Universitas

Muhammadiyah Makassar sehingga peneliti mengangkat judul "Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam Mengelola Citra Kampus".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Humas Universitas Muhammadiyah dalam mengelola citra kampus?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Humas Universitas Muhammadiyah dalam mengelola citra kampus.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademisi : Dengan penelitian ini dapat membantu meningkatkan teori dan program kerja Humas dalam mengolah citra kampus dalam meningkatkan kalitas pendidikan serta bisa menjadi rujukan untuk penelitian berikutnya.
2. Secara praktisi : Dengan penelitian ini dapat membantu pengembangan program kerja Humas agar lebih efisien dalam meningkatkan kualitas layanan publik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi dasar bagi penulis dalam penyusunan proposal penelitian yaitu untuk mengetahui hasil penelitian dari para peneliti terdahulu yang telah meneliti tema yang sama, juga menjadi pembanding dan gambaran untuk meneliti penelitian berikutnya yang sejenis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sumber: Peneliti

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Hairunnisa. Analisis Kegiatan Humas Universitas Mulawarman Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga. (Hairunnisa, 2020)	Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan fokus yaitu penelitian peran Humas dalam sebuah lembaga.	Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Humas memiliki pembagian ranah penanggung jawab kerja yaitu pemberitaan dan publikasi, pelayanan dan informasi, klipping dan dokumentasi.	Teori yang digunakan adalah teori public relation dengan indikatornya yaitu: penerangan kepada publik, persuasi kepada publik dan penyatuan sikap dan perilaku lembaga. Sedangkan pada penelitian ini,

				peneliti menggunakan teori strategi manajemen public relation.
2	<p>Ita Musfirowati Hanika, Prisnia Trisna Anjani. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi di Era Disrupsi (Studi Kasus Humas Universitas Pertamina). (Hanika & Anjani, 2019)</p>	<p>Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi sangat penting untuk melancarkan program-program kerja kehumasan karena pemberitaan melalui media online sangat penting dalam penyampaian informasi.</p>	<p>Teori yang digunakan adalah teori perencanaan strategis yang dikemukakan oleh Gregory dengan indikator yaitu: analisa situasi, menetapkan tujuan yang realistis, melakukan pemetaan publik, merumuskan strategi, menetapkan skala waktu, mengelola sumber daya dan evaluasi. Sedangkan peneliti disini menggunakan teori strategi manajemen public relation yang</p>

				dikemukakan oleh Whellen dan Hunger
3	Sumarni. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar (Sumarni, 2020)	Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif.	Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu melakukan publikasi dan menjalin komunikasi.	Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: mendefinisikan problem atau peluang, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi, serta mengevaluasi program. Sedangkan indikator yang digunakan peneliti yaitu: penetapan visi misi dan tujuan lembaga, analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Perbedaan penelitian yang saya teliti dan peneliti-peneliti terdahulu terletak pada teori-teori yang digunakan serta indikator teori tersebut. Pada penelitian Hairunnisa dan Ita Musfirowati, Hairunnisa menggunakan teori public relation dan Ita Musfirowati menggunakan teori perencanaan strategi yang berbeda dengan teori yang digunakan oleh peneliti, yang dimana peneliti menggunakan teori manajemen strategi publik realation. Sedangkan untuk penelitian Sumarni, perbedaannya terletak pada indikator teori yang digunakan, dimana Sumarni menggunakan empat indikator sedangkan peneliti menggunakan lima indikator.

B. Konsep dan Teori

1. Strategi

Dikutip dari (Novi, 2021) Strategi secara umum adalah upaya yang dimiliki oleh sebuah individu atau kelompok untuk membuat langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai target sasaran.

Menurut Marrus strategi adalah proses individu dalam membuat rencana yang berguna untuk membantu untuk memfokuskan diri dalam mencapai hasil yang diharapkan. Sedangkan menurut Chandler, strategi merupakan alat dari sebuah perusahaan yang digunakan dalam mencapai tujuan yang diinginkan dalam perluasan jangka panjang dan juga dapat digunakan untuk pemrioritasan alokasi sumber daya.

Selanjutnya menurut Quinn, strategi yaitu sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan rangkaian yang bisa bersatu jadi satu kesatuan yang utuh. Sedangkan, Porter berpendapat bahwa strategi adalah alat yang cukup penting untuk mendapatkan keunggulan dibandingkan yang lainnya.

Kemudian Ohmae mengemukakan bahwa, strategi adalah keunggulan kompetitif yang memiliki tujuan untuk merencanakan sesuatu dengan cara yang strategis. Dengan tujuan strategis tersebut, memungkinkan perusahaan bisa bersaing serta bekerja secara efektif dan efisien. Sedangkan, Hamel dan Prahalad berpendapat bahwa strategi merupakan tindakan yang memiliki sifat incremental. Incremental berarti pada tiap-tiap waktu mengalami peningkatan berdasarkan sudut pandang yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

2. Humas

Humas adalah orang-orang yang menjaga hubungan antara masyarakat dengan pihak instansi. Humas sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor misalnya saja faktor internal perusahaan dimana Humas tersebut berada. Perusahaan dan pihak Humas akan selalu sejalan.

Edward L Berneys (Mukarom & Laksana, 2019) berpendapat bahwa Humas memiliki tiga macam arti yaitu menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cara persuasi, hal tersebut dimaksudkan untuk mengubah sikap masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan bersama,

usaha untuk mengintegrasikan sikap dan unsur perbuatan antar lembaga dengan perbuatan masyarakat begitupun sebaliknya.

Malvin Sharpe (Mukarom & Laksana, 2019) menyebutkan lima prinsip hubungan yang harmonis yaitu komunikasi yang jujur untuk meningkatkan kredibilitas. Keterbukaan dan konsistensi dalam tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari orang lain, langkah-langkah yang adil untuk membangun hubungan timbal balik, komunikasi dua arah yang baik dan berkelanjutan untuk mencegah keterasingan, membangun hubungan penilaian dan penelitian lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian sesuai yang dibutuhkan masyarakat.

Humas adalah profesi yang dapat menghubungkan antara instansi dan publik yang dapat menentukan kelangsungan hidup instansi tersebut. Oleh karena itu, pihak Humas harus menumbuhkan hubungan yang baik dengan semua komponen, memberikan pengertian kepada mereka, menumbuhkan motivasi, dan mengajak serta berpartisipasi bersama mereka.

Humas adalah suatu kegiatan untuk menanamkan atau juga untuk memperoleh pengertian yang baik, kepercayaan, atau apresiasi dari publik. Dalam proses kehumasan terdapat beberapa cara untuk menanamkan kesan yang menyenangkan sehingga opini publik yang menguntungkan sebuah organisasi bisa muncul (Yahya et al., 2022)

3. Strategi Humas

Untuk mengetahui strategi yang dilaksanakan oleh Humas maka kita juga perlu mengetahui tentang strategi manajemen dari Humas itu sendiri. Istilah strategi manajemen seringkali disebut sebagai rencana jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan.

Kasali (Soemirat & Ardianto, 2012) menyebutkan bahwa rencana jangka panjang tersebut yang menjadi landasan dari para pihak Humas untuk menyusun berbagai rencana teknis, dan langkah komunikasi yang akan digunakan. Untuk dapat bertindak secara strategis, maka kegiatan Humas harus selaras dengan visi dan misi dari organisasi atau perusahaannya.

Pearce dan Robbinson dalam buku (Soemirat & Ardianto, 2012) mengemukakan langkah-langkah dalam strategi manajemen yaitu:

- a. Menentukan *mission* perusahaan,
- b. Mengembangkan *company profile* yang dapat menggambarkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya,
- c. Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan,
- d. Analisis terhadap peluang yang ada di sekitar lingkungan,

- e. Identifikasi pilihan yang telah dipilih yang tidak dapat digenapi sehingga memenuhi tuntutan perusahaan,
- f. Pemilihan strategis atas *objective* tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan rencana jangka panjang serta garis besar dari strategi yang dimiliki,
- g. Implementasi atas hasil hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran,
- h. Evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan control dan input bagi pengambilan keputusan dimasa depan.

4. Citra

Citra dapat dikatakan juga sebagai reputasi, status, atau identitas dari sebuah organisasi atau perusahaan. Citra tidak berwujud tetapi merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah organisasi. Citra biasanya dibangun oleh organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. (Hanika & Anjani, 2019)

Citra sangat penting bagi sebuah organisasi karena selain dapat menarik simpati masyarakat tetapi juga bisa digunakan untuk memperbaiki kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh organisasi tersebut.

Menurut Eberl dan Scheiwer mengungkapkan citra atau reputasi adalah konstruksi perilaku yang ada dan tertanam dalam benak publik. Dalam (Hanika & Anjani, 2019) Frank Jefkins mengemukakan bahwa citra terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya:

- a. Cerminan citra, yaitu bagaimana dugaan atau citra manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaan atau organisasi.
- b. Citra masih hangat, yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau terkait kurangnya informasi dan pemahaman publik eksternal.
- c. Citra yang diinginkan, yaitu manajemen menginginkan penapaian tertentu. Citra jenis ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru, sebelum informasi yang dimiliki publik eksternal lengkap.
- d. Citra yang berlapis, yaitu sejumlah individu atau kantor cabang atau perwakilan perusahaan yang lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra yang dimiliki oleh seluruh perusahaan atau organisasi.
- e. Citra perusahaan, yaitu citra yang tertuju pada perusahaan sebagai tujuan utamanya. Untuk menciptakan perusahaan yang positif yang dapat diterima masyarakat, maka hal tersebut dapat dilihat melalui sejarah yang dimiliki perusahaan tersebut, kualitas pelayanan yang dimiliki, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

5. Citra Kampus

Menurut Bill Canton (Soemirat & Ardianto, 2012) mengatakan citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan. Kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Sebuah perguruan tinggi yang memiliki citra yang positif akan memberikan efek yang positif pada perguruan tinggi tersebut.

Menurut Sukatendel, salah satu metode komunikasi yang dapat membentuk citra positif adalah Publik Relation. Ada banyak citra perusahaan, misalnya, siap membantu, inovatif, sangat memperhatikan karyawannya, bervariasi dalam produk, dan tepat dalam pengiriman. Menurut Katz, tugas perusahaan dalam rangka membentuk citra yang dimilikinya yaitu dengan cara mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk dimata masyarakat.

Solomon (Soemirat & Ardianto, 2012) mengungkapkan bahwa semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, yaitu pada informasi dan pengetahuan yang dimiliki. Citra sebuah perusahaan dapat terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang.

Proses pembentukan citra perusahaan nantinya akan menimbulkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui citra yang dimiliki oleh perusahaan dimata publiknya, maka perlu dilakukan sebuah penelitian. Melalui penelitian tersebut, perusahaan dapat mengetahui secara pasti bagaimana sikap publik terhadap lembaganya,

juga dapat memberikan pengetahuan tentang hal-hal yang disukai dan tidak disukai publik terkait dengan lembaganya.

6. Humas dan Pencitraan

Humas sering dikaitkan dengan keterwakilan atas suatu perusahaan dan menjalin hubungan dengan pihak-pihak eksternal perusahaan sehingga tujuan dari perusahaan bisa diterima dan diizinkan oleh mereka semua.

Humas harus bisa menjaga dan memandu opini publik sehingga bisa membuat perusahaan tetap berjalan dengan semestinya. Hal tersebut karena hubungan yang dilakukan antara pihak instansi tidak lepas dari bagaimana opini yang menyebar di masyarakat terkait dengan instansi tersebut.

Dalam buku (Soemirat & Ardianto, 2012), Perubahan dalam opini yang menyebarluas di masyarakat harus dititikberatkan pada prinsip-prinsip psikologi, sehingga Humas perlu mempengaruhi opini publik tersebut dengan beberapa cara yaitu :

- a. Memaksa yaitu tindakan yang bersifat memaksa seperti contoh menerapkan kekuasaan dan cara-cara yang lain untuk dapat menekan pemikiran dan menegangkan jiwa sehingga dapat menimbulkan suatu opini.

- b. Persuasif yaitu tindakan yang menggarap aspek psikologis secara halus untuk membangkitkan kesadaran melalui komunikasi yang bersifat informatif.

Opini publik yang menyebar dimasyarakat dapat mempengaruhi citra yang dimiliki oleh instansi atau perusahaan tersebut. Seperti yang kita ketahui, setiap perusahaan memiliki citra mereka sendiri yaitu bagaimana cara orang-orang atau masyarakat memandang perusahaan tersebut.

Dalam buku (Soemirat & Ardianto, 2012) Bill Canton dalam Sukatendel menyatakan bahwa citra adalah kesan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Pembentukan citra menunjukkan bagaimana sugesti atau rangsangan yang diterima dari luar dan mempengaruhi respon yang diberikan oleh masyarakat. Water Lipman (Soemirat & Ardianto, 2012) mengungkapkan empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap yang diartikan sebagai citra individu terhadap rangsangan, yang disebut *picture in our head*.

7. Teori Strategi Manajemen Publik Relation

Ada banyak langkah atau strategi yang bisa dilakukan Humas dalam meningkatkan citra publik. Dikutip dari (Nadhila, 2020) menurut Whellen dan Hunger dalam buku Yosial Iriantara yang berjudul Manajemen

Strategis Publik Relation mengungkapkan tahapan-tahapan dari Proses Strategi Manajemen Publik Relations adalah sebagai berikut:

a. Penetapan Visi, Misi dan Tujuan Lembaga

Setiap organisasi, lembaga, instansi atau perusahaan memiliki visi, misi dan tujuan yang ingin mereka capai. Visi suatu organisasi adalah hal-hal yang ingin dicapai oleh organisasi kedepannya. Sedangkan misi adalah alasan dari keberadaan dari organisasi tersebut. Perbedaan visi misi dengan tujuan lembaga yaitu visi misi adalah gambaran masa depan dari organisasi tersebut, sedangkan tujuan lembaga adalah suatu hal yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, menetapkan visi, misi, dan tujuan lembaga bisa memudahkan Humas menentukan langkah yang akan dilakukannya. Visi Misi dalam suatu organisasi merupakan harapan dari organisasi itu kedepannya. Bisa dikatakan, hal yang menyatukan setiap individu dalam sebuah kelompok adalah visi misi yang dimilikinya.

Menurut Wibisono menjelaskan bahwa misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek sekitar satu sampai tiga tahun. Sedangkan visi adalah penetapan tujuan dalam jangka panjang sekitar tiga sampai sepuluh tahun.

Wibisono juga menjelaskan bahwa sebuah visi yang baik perlu memiliki kriteria yaitu, menyatakan cita-cita atau keinginan perusahaan dimasa depan, singkat, jelas, fokus dan merupakan *standart of excellence*, serta realistis dan sesuai dengan kompetensi organisasi.

b. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan dalam dua cara yaitu secara internal dan eksternal. Analisis internal yaitu melakukan analisis terhadap kultur atau budaya dari lembaga tersebut, sumber daya yang tersedia, dan struktur yang dimilikinya. Sedangkan analisis eksternal yaitu analisi yang dilakukan tentang hal-hal yang ada diluar organisasi tersebut dan bisa mempengaruhi organisasi tersebut, misalnya berita-berita atau kabar yang tersebar diluar masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut.

c. Perumusan Strategi

Perumusan strategi bisa juga dikatakan dengan perencanaan. Perumusan strategi merupakan langkah-langkah yang akan diambil dari sekian banyaknya alternatif strategi. Strategi yang dipilih haruslah strategi yang efektif sehingga diharapkan dapat membantu dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Oleh karena itu, perumusan

strategi perlu diperhatikan dengan baik sehingga strategi yang diambil sesuai dengan tujuan organisasi.

d. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana strategi yang diambil kemudian diubah menjadi sebuah tindakan. Meskipun implementasi dilakukan setelah perumusan strategi, tetapi implementasi ini menjadi kunci sukses dari manajemen strategi. Implementasi dilakukan secara berkesinambungan dan perlu kolaborasi dari berbagai pihak yang terdapat dalam organisasi. Keberhasilan dari implementasi strategi tergantung pada pemahaman tentang strategi yang diambil.

e. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah langkah terakhir yang dilakukan dalam manajemen strategi. Evaluasi merupakan langkah yang tidak kalah penting dengan langkah-langkah sebelumnya. Dengan melakukan evaluasi maka perusahaan bisa memantau apakah perusahaan telah bergerak sesuai dengan tujuan yang dimilikinya.

Untuk menjaga informasi yang tersebar kepada masyarakat maka pihak Humas perlu melakukan Gatekeeping. Gatekeeping adalah proses penyaringan informasi yang dilakukan oleh orang-orang tertentu, kemudian orang-orang inilah yang disebut Gatekeeper (Karunia, 2022).

Mereka mengontrol informasi yang disampaikan kepada masyarakat sehingga informasi-informasi tersebut tidak merusak citra yang dimiliki oleh perusahaan.

Para Gatekeepers biasanya menggunakan media untuk menyampaikan informasi-informasi yang bersifat menguntungkan bagi perusahaan dan mencoba untuk menutup-nutupi informasi-informasi yang bisa merugikan pihak mereka. Mereka juga biasanya menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan citra perusahaan mereka, hal ini karena dapat membantu mereka untuk mempertahankan citra tersebut.

C. Kerangka Pikir

Tabel 2.2 Kerangka Pikir
Sumber: Peneliti



D. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul “Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam Mengelola Citra Kampus”. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada langkah-langkah yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengelola citranya.

E. Deskripsi Fokus

1. Strategi Humas

Strategi Humas merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.

2. Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga

Penetapan visi, misi dan tujuan lembaga merupakan langkah awal yang perlu dilakukan oleh Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa menggunakan visi misi dalam mengelola citra kampus.

3. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan merupakan analisis yang dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.

4. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah perumusan yang dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus sebelum melakukan pengimplementasian.

5. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah pengaplikasian yang dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus berdasarkan strategi yang telah dirumuskan.

6. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.

7. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung dan penghambat adalah faktor yang mendukung dan menghambat Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung sekitar satu bulan terhitung setelah pengambilan surat pengantar penelitian yaitu dimulai pada tanggal 30 November 2023 sampai dengan 31 Desember 2023.

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar tepatnya di Jalan Sultan Alauddin No. 259, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Penelitian Kualitatif. Penelitian Kualitatif cenderung mengandalkan sumber informasi yang terbagi menjadi tiga yaitu informan kunci, informan utama, dan informan tambahan. Penelitian Kualitatif menggunakan analisis deskriptif untuk menjabarkan hasil penelitiannya.

Dikutip dari (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018) Mely G Tan menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan secara tepat sifat dari suatu individu, keadaan atau frekuensi dalam hubungan tertentu antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya.

Mayer dan Greenwold menyebutkan bahwa tipe penelitian dekriptif terbagi menjadi dua yaitu tipe penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Tipe penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada identifikasi sifat atau karakteristik dari manusia, benda atau fenomena. Sedangkan tipe penelitian deskriptif kuantitatif merupakan jenis tipe penelitian yang menyajikan tahapan lebih lanjut dari observasi.

C. Sumber Data

Dikutip dari (Fauzan, 2022) Sumber data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ada dua yaitu :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya dan dikumpulkan dengan beberapa cara yaitu wawancara, observasi dan analisis dokumen. Dengan itu, peneliti terjun secara langsung untuk mengumpulkan data-data tersebut.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian Kualitatif, data sekunder bisa memberikan pemahaman yang lebih luas terkait dengan hal yang akan diteliti oleh peneliti.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang memiliki pengetahuan tentang hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti. Informan penelitian berasal dari wawancara langsung dan disebut juga narasumber. Informan penelitian dibagi menjadi tiga bagian yaitu informan kunci, informan utama, dan informan pendukung (Pratiwi et al., 2019).

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah informan yang mengetahui secara mendalam dan memiliki banyak informasi penting terkait dengan hal-hal yang sedang diteliti. Biasanya yang termasuk dalam informasi kunci adalah orang-orang yang membawahi langsung atau orang-orang yang bertanggung jawab akan hal yang diteliti.

2. Informan Utama

Informan utama merupakan orang-orang yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan utama memiliki informasi-informasi mendetail tentang hal yang ingin diteliti. Informan utama bisa jadi orang-orang yang terlibat langsung dan menjalankan secara langsung hal yang ingin diteliti.

3. Informan Tambahan

Informan tambahan adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi meskipun tidak terlibat dalam hal yang diteliti. Informan tambahan biasanya berupa target atau orang-orang yang terpapar secara langsung dengan hal yang ingin diteliti.

Tabel 3.1 Informan
Sumber: Peneliti

No	Informan	Jabatan	Keterangan
1	Hadisaputra	Kepala Bagian Humas dan Protokoler	1 Orang
2	Nasrullah	Staf Berita dan Website	1 Orang
3	Bukhairul Iman	Staf Fotografer dan Media Sosial	1 Orang
4	Dede Sulaiman	Staf Video dan Pengelolaan YouTube	1 Orang
5	Sri Agustina	Mahasiswa	1 Orang
6	Ayu Lestari	Mahasiswa	1 Orang
Total			6 Orang

E. Teknik Pengumpulan Data

Dilansir dari kompas.com (Putri, 2022) untuk mengumpulkan data penelitian ini, peneliti terjun langsung untuk menemukan data penelitian yang valid, maka dari itu peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data diantaranya yaitu:

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode yang dilakukan untuk mengamati hal-hal yang tampak dalam objek penelitian. Observasi ini merupakan

observasi partisipan sehingga peneliti akan terlibat dengan kegiatan orang-orang yang sedang diteliti. Observasi dilakukan selama proses penyusunan skripsi sehingga hasil penelitian yang didapatkan lebih valid dan berpariatif.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode yang digunakan untuk menanyakan hal-hal yang ingin ditanyakan oleh peneliti terkait penelitiannya kepada informan penelitian. Wawancara dilakukan dengan dua pihak yaitu pewawancara dan narasumber.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber yang relevan sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali hal-hal yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sumber dari metode ini bisa beragam seperti majalah, surat kabar, catatan, laporan, dan sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah deskriptif analisis yaitu sebuah metode analisis yang mendeskripsikan hasil penelitian dalam sebuah kata-kata atau penggambaran bukan dalam angka. Analisis data dilakukan untuk

menjabarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dilapangan. Data-data yang telah didapatkan dideskrisikan sehingga bisa memberikan kejelasan atas kenyataan.

Dikutip dari kompas.com (Putri, 2023) proses analisis data mencakup tiga hal yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilah-milah atau memfokuskan data-data yang telah dikumpulkan menjadi data yang lebih sederhana. Reduksi data dilakukan untuk memudahkan peneliti untuk memilah-milah data yang akan digunakan nantinya.

2. Sajian Data

Sajian data yaitu proses analisis yang dilakukan dengan merangkai data yang telah didapatkan sehingga memudahkan dalam proses penyusunan kesimpulan data.

3. Verifikasi Data

Verifikasi data adalah menjelaskan makna dari data yang dikumpulkan agar informasi tersebut bisa dimengerti dan dikomunikasi dengan orang lain.

Selanjutnya, dilansir dari (Hafizha, 2023) teknik analisis data kualitatif lebih cenderung menggunakan deskripsi dalam melakukan analisisnya. Teknik analisis data untuk penelitian kualitatif tidak terkait dengan jumlah tetapi pada penjelasan, penyebab, dan hal-hal yang menjadi dasar dari topik yang sedang dibahas. Teknik ini biasa digunakan pada datanya mengangkat permasalahan sosial, permasalahan sosial, atau hal-hal yang tidak bisa dihitung dengan angka.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data ditentukan dari kredibilitas penelitian ini. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka perlu dilakukan pengecekan data dengan cara triangulasi. Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai hal seperti pengecekan sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah memastikan data-data yang dikumpulkan adalah data yang valid dengan melakukan pengecekan dari berbagai sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan pengecekan data yang dilakukan pada sumber yang sama dengan melakukan teknik yang berbeda. Triangulasi

teknik perlu dilakukan untuk mengecek keabsahan data yang dimiliki. Misalnya data yang diperoleh dari hasil wawancara, kemudian dicek kembali dengan observasi,

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga menjadi sumber yang sangat penting untuk memastikan data. Triangulasi waktu adalah pengecekan data yang sama dengan jangka waktu yang berbeda. Misalnya saat sedang wawancara dengan narasumber. Terkadang, wawancara dengan waktu yang berbeda bisa menunjukkan hasil yang beda. Contohnya saat melakukan wawancara saat pagi sekitar jam sembilan atau sepuluh disaat narasumber masih segar akan berbeda dengan wawancara yang dilakukan pada jam dua belas saat narasumber tengah istirahat karena lelah setelah bekerja atau jam lima sore saat narasumber bersiap untuk pulang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar mulai berdiri pada tanggal 19 Juni sebagai cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendirian perguruan tinggi ini merupakan hasil realisasi dari Musyawarah Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21 di Kabupaten Bantaeng.

Pendirian Universitas Muhammadiyah Makassar didukung penuh oleh Badan Persyerikatan Muhammadiyah sebagai organisasi yang bergerak dibidang pendidikan dan pengajaran dakwah amar ma'ruf nahi munkar yang tertera dalam surat Nomor: E-6/098/1963 yang tertanggal 12 Juli 1963 Masehi atau 22 Jumadil Akhir 1394 Hijriah. Kemudian, akte notaris pendiriannya ditulis oleh R. Sinojo Wongssowidjojo berdasarkan akte notaris nomor: 71 tanggal 19 Juni 1963. Selanjutnya, Universitas Muhammadiyah Makassar mulai terdaftar dan dinyatakan sebagai perguruan tinggi swasta mulai tanggal 1 Oktober 1965.

Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) memiliki peran yang sangat besar bagi agama,

bangsa, dan negara, baik untuk masa sekarang dan untuk masa depan. Selain karena sebagai salah satu PTM di Kawasan Timur Indonesia yang tergolong besar, juga karena memiliki kultur pendidikan yang diwariskan sebagai amal usaha Muhammadiyah. Nama Muhammadiyah yang terinterasi dengan nama Makassar memberikan harapan terpadunya budaya, keilmuan, dan nafas keagamaan.

Pada masa awal berdiri, Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki dua fakultas yaitu Fakultas Keguruan dan Seni Jurusan Bahasa Indonesia, serta Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Jurusan Umum, dan Pendidikan Sosial yang dipimpin oleh rektor Dr. H. Sudan. Kemudian pada tahun yang sama, Universitas Muhammadiyah Makassar mulai berdiri sendiri dan dipimpin oleh rektor Drs. H. Abdul Watif Masri.

Kemudian, pada tahun 1965, Universitas Muhammadiyah Makassar membuka fakultas baru yaitu Fakultas Ilmu Agama dan Dakwah, Fakultas Ekonomi, Fakultas Sosial dan Politik, Fakultas Kesejahteraan Sosial, dan Akademi Pertanian. Selanjutnya, tahun 1987 membuka Fakultas Teknik, tahun 1994 membuka Fakultas Pertanian, tahun 2002 membuka Program Pascasarjana, tahun 2008 membuka Fakultas Kedokteran, dan tahun 2022 membuka Fakultas Hukum. Sampai saat ini, Universitas Muhammadiyah Makassar telah memiliki 8 Fakultas dan 52 Program Studi dengan Program Pascasarjana yang telah terakreditasi oleh BAN-PT.

Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2003 pernah mengalami sebuah transisi sejarah perkembangan, yaitu perubahan formasi kepemimpinan dengan bergabungnya generasi muda dan generasi tua. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki tujuan untuk memelihara capaian dari para pendahulu dan mengembangkannya menjadi lebih baik, serta terus berkomitmen untuk memelihara kepercayaan masyarakat, mencapai keunggulan dalam kompetisi yang ketat, dan mewujudkan kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri. Dengan komitmen tersebut diharapkan dapat mengantar Universitas Muhammadiyah Makassar jadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka.

2. Sejarah Singkat Humas Universita Muhammadiyah Makassar

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar ada tepat bersama dengan Universitas Muhammadiyah Makassar. Dulu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya bertugas sebagai wartawan dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan kampus dan staf atau anggota yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya satu orang.

Kemudian setelah beberapa tahun berlalu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar mulai memiliki satu orang staf dan satu kepala bagian, dimana saat itu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar

masih dibawah naungan langsung Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

Saat itu, untuk menginformasikan berita-berita seputar kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan rilis ke berbagai media yang bekerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tahun 2018, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar membuat korannya sendiri dengan nama Al-Amin dibantu oleh internal kampus dan media eksternal karena kurangnya sumber daya. Meskipun begitu, koran Al-Amin hanya bertahan dan terbit selama satu tahun.

Meskipun hanya terbit selama satu tahun, Al-Amin pada masanya terbit setiap bulan dan memiliki dua belas halamana yang memuat berita-berita yang terkait dengan kegiatan-kegiatan akademik yang ada di kampus.

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga pernah menjadi bawahan dari Wakil Rektor IV sebelum menjadi bawahan dari Wakil Rektoor II dan jabatan kepala bagian pada saat itu, pernah berganti nama menjadi Direktur Bagian Humas dan Protokoler sebelum kembali menjadi Kepala Bagian Humas dan Protokoler.

Memasukan tahun 2020, di era digital, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar mulai mengaktifkan akun-akun media sosial dari Humas Universitas Muhammadiyah Makasar. Mereka mulai mengelola akun-akun tersebut dan mulai memperkuat kerjasama dengan

pihak-pihak internal kampus. Tahun 2022, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan inovasi lagi dengan membuat video-video berita pendek yang diupload di YouTube.

3. Struktur Lembaga

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



Sumber: Humas

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus

Humas merupakan sebuah lembaga atau bagian yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau instansi. Humas memiliki banyak peranan yang sangat penting, terutama menjaga citra instansi di mata masyarakat. Humas juga diperlukan untuk membantu sebuah instansi berhubungan dengan pihak-pihak eksternal seperti masyarakat dan instansi lain.

a. Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga

Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar

Hadisaputra menjelaskan peran Humas dalam mengelola citra kampus berdasarkan keislamannya.

“Peran Humas sebenarnya lebih ke mensosialisasikan. Misalnya informasi pengajian, menyampaikan tata tertib kampus yang terkait dengan tata tertib islami.” (Wawancara: 23 Januari 2023)

Selain itu, Hadisaputra juga menjelaskan tentang tugas Humas dalam menciptakan kepercayaan.

“Ledding sektor untuk menunjukkan bukti-bukti konkrit agar Unismuh mendapatkan kepercayaan adalah Humas. Tetapi yang mengerjakan itu, semua sektor. Mulai dari level prodi yang melakukan sesuai SOP, kurikulum, dan di level fakultas ada regulasinya. Tugas kita sebenarnya, hanya menyampaikan apa yang dilakukan oleh unit-unit kerja yang ada di Unismuh. Kemudian terkait terkemuka, kita menyampaikan informasi capaian-capaian Unismuh. Misalnya, terkait capaian-capaian dosen. Kita mengabarkan ke publik bahwa kita sudah punya 19 guru besar, kita selalu menyampaikan jika ada promosi doktor.” (Wawancara: 23 Januari 2023)

Dalam wawancara tersebut, Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar telah menjelaskan bahwa peran Humas adalah sebuah perantara antara unit kerja kampus dan publik.

Tabel 4.1 Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga
Sumber: (Unismuh, 2023)

Visi
Menjadi perguruan tinggi Islam terkemuka, unggul, terpercaya dan mandiri.
Misi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, melalui pengkajian, pembinaan, dan pengamalan Al-Islam Kemuhammadiyah. 2. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang berkualitas. 3. Menyelenggarakan penelitian yang inovatif, kreatif, unggul dan berdaya saing. 4. Menyelenggarakan pengabdian yang berdaya guna pada masyarakat. 5. Menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan bagi civitas akademika dan alumni.
Tujuan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan umum universitas adalah menyiapkan sumber daya manusia muslim yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia yang memiliki kemampuan akademik dan kemampuan professional serta beramal menuju terwujudnya masyarakat islam yang sebenar-benarnya. 2. Tujuan khusus universitas adalah: <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan kualitas dan pembelajaran. b. Menumbuhkembangkan penelitian yang inovatif, kreatif, unggul, dan berdaya saing. c. Menumbuhkembangkan kegiatan pengabdian yang berdaya guna pada masyarakat. d. Menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan bagi civitas akademika dan alumni. e. Menciptakan, mengamalkan, mengembangkan, menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian dalam rangka memajukan peradaban islam menuju kesejahteraan umat manusia.

Visi, Misi, dan Tujuan lembaga memang sangatlah penting untuk mengetahui kearah mana strategi yang akan disusun. Visi Misi penting untuk mengetahui langkah apa yang akan dilakukan selanjutnya.

b. Analisis Lingkungan

Kepala Bagian Humas juga pernah mengungkapkan bahwa ancaman yang dimiliki humas terutama di era digital yaitu:

“Di Media Sosial banyak akun-akun yang mengatasnamakan Unismuh, baik di instagram atau di facebook. Ada banyak akun yang dipegang oleh mahasiswa untuk mengkritik kebijakan kampus, banyak orang kira itu akun official.” (Wawancara: 18 Desember 2023)

Dari wawancara tersebut, narasumber mengungkapkan bahwa Humas Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki tantangan tersendiri dalam mengolah citra kampus yaitu salah satunya terdapatnya akun-akun yang mengatasnamakan kampus.

Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjelaskan cara mengatasi permasalahan akun tersebut.

“Kepada para mahasiswa baru, kita selalu melakukan sosialisasi terkait akun-akun mana yang menjadi akun official Unismuh.” (Wawancara: 20 Desember 2023)

Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga menjelaskan cara mengatasi kasus atau berita yang bisa mempengaruhi citra kampus.

“Jika ada berita yang bisa merusak citra kampus, misalnya demo maka kita bisa saja menyebarkan berita-berita positif tentang kampus sehingga berita-berita negatif itu tenggelam. Kemudian, jika ada kasus seperti kasus suku tolaki, kita mengadakan pers confers

dengan menghadirkan para media serta perwakilan suku tolaki untuk memberikan jalan keluarnya.” (Wawancara: 18 Desember 2023)

Berdasarkan pernyataan tersebut, Kepala Bagian Humas menjelaskan bahwa mereka selalu berusaha untuk mengatasi berita-berita atau informasi palsu yang bisa merusak citra kampus.

Sesuai data hasil analisis yang telah dilakukan oleh pihak Humas Universitas Muhammadiyah Makassar maka pihak Humas melakukan analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Adapun dari hasil analisis kekuatan yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar, terdapat beberapa faktor yang dapat sangat mempengaruhi kinerja atau langkah-langkah yang dilakukan Humas, yaitu:

- 1) Memiliki SDM dengan struktur organisasi dan deskripsi tupoksi yang sesuai.
- 2) Didukung peralatan IT dan Multimedia dalam melaksanakan Tupoksi Kehumasan.
- 3) Memiliki medsos yang setiap saat terupdate.
- 4) Membangun komunikasi dengan media patner dalam mengakses informasi dan menangani permasalahan Humas.

- 5) Melakukan supervisi terhadap semua berita dan menentukan kelayakan berita untuk dikirimkan ke media massa atau cukup di website.
- 6) Humas melakukan supervisi terhadap semua konten dan menentukan kelayakan kontek untuk diupload pada media sosial.
- 7) Menyebarkan informasi bagi masyarakat mengenai aktivitas dan keberhasilan universitas.
- 8) Menjaga berita agar selalu ada perimbangan informasi yang sehat tentang universitas.
- 9) Mengelola isu yang dapat berakibat buruk menjadi berita positif dengan melakukan konfirmasi.
- 10) Adanya dukungan anggaran.

Sementara itu, ada juga beberapa kelemahan yang dapat mempengaruhi kerja Humas, diantaranya:

- 1) Keterbatasan SDM dalam pelaksanaan tupoksi Humas yang masih terbatas.
- 2) Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang pekerjaan kehumasan.
- 3) Integrasi sistem informasi dengan pihak terkait dalam lingkup kerja universitas masih terbatas.
- 4) Ruang pengarsipan digital pemberitaan yang masih terbatas.

5) Masih sedikitnya wartawan yang bekerjasama dengan Humas yang memiliki sertifikasi uji kompetensi wartawan oleh dewan pers.

Humas Universitas Muhammadiyah juga memutuskan ada beberapa faktor yang bisa menjadi peluang, yaitu:

- 1) Peran dan fungsi humas Universitas Muhammadiyah Makassar dinilai baik.
- 2) Hubungan kerja dalam penyampaian informasi dalam lingkup struktur universitas, fakultas dan lembaga sangat baik.
- 3) Tersedia banyak mitra media yang dapat dijadikan kerjasama publikasi kegiatan untuk mempublikasikan program huma serta aktivitas kampus.
- 4) Banyak informasi yang bisa didapatkan dari Humas yang bisa dijadikan bahan pemberitaan kepada masyarakat.
- 5) Kedekatan kultural dengan pers local dan nasional.
- 6) Ruang lingkup tugas dan fungsi yang cukup las dan dinamis.

Selanjutnya, faktor-faktor yang menjadi ancaman Humas Universitas Muhammadiyah Makassar yaitu:

- 1) Humas Universitas Muhammadiyah Makassar berhadapan dengan media agresif dalam memburu berita.
- 2) Humas kurang terbuka dalam memberikan informasi, demi menjaga citra kampus.

- 3) Kurangnya keterampilan petugas/narasumber dalam berbahasa dan berkomunikasi.
- 4) Masih lemahnya pemahaman tugas dan fungsi dalam mengelola informasi kehumasan.
- 5) Masih lemah dalam koordinasi antar sektoral dalam lingkup universitas, fakultas dan lembaga kemahasiswaan.
- 6) Maraknya pengguna media sosial dalam menginformasikan sepihak kegiatan universitas, fakultas, dan lembaga yang ada dalam lingkup kampus.

c. Perumusan Strategi

Salah satu staff Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Nasrullah mengungkapkan bahwa Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar mengelola informasi-informasi yang ada dikampus.

“Kita di Humas, sebenarnya mengelola informasi-informasi yang ada dikampus. Sebenarnya, setiap informasi-informasi yang ada dikampus sebelum disebar keluar harus terlebih dahulu melalui Humas untuk diperiksa apakah berita-berita itu tidak akan merusak citra yang dimiliki kampus saat disebar keluar,” (Wawancara: 23 Desember 2023

Dalam wawancara tersebut, Nasrullah menjelaskan jika Humas sebagai perantara antara internal dan eksternal kampus.

1) Penyebaran Informasi Positif

a) Pengelolaan Berita dan Website

Pengelolaan Berita dan Website diperlukan untuk menyampaikan informasi-informasi yang bisa meningkatkan citra kampus kepada publik. Pengelolaan Berita diperlukan untuk memantau berita-berita apa saja yang perlu dan tidak perlu disebarluaskan.

b) Pengelolaan Media Sosial

Berdasarkan data yang telah diberikan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar. Ada beberapa hal yang bisa menyebabkan citra kampus menjadi buruk, terutama di media sosial, diantaranya:

- i. Konten negatif yang dibagikan oleh orang dalam kampus

Konten negatif yang dibagikan oleh orang-orang didalam kampus dapat mempengaruhi citra yang dimiliki kampus. Misalnya membagikan pengalaman buruk, ketidakpuasan atau bahkan keluhan yang dimiliki oleh mahasiswa, staf dan dosen di media sosial.

- ii. Konten negatif yang dibagikan oleh pihak luar kampus

Konten negatif juga bisa berasal dari pihak luar kampus seperti masyarakat atau pesaing kampus.

Mereka membahas tentang topik-topik yang sensitif, menkritik kebijakan yang dimiliki kampus, atau memberikan informasi yang salah.

- iii. Kurangnya sikap responsif yang dimiliki kampus dalam menangani masalah

Kurangnya tanggapan yang cepat dan efektif terhadap keluhan atau masalah yang diungkapkan di media sosial dapat menyebabkan citra kampus semakin buruk.

- iv. Konten yang tidak akurat atau salah

Konten yang tidak akurat atau salah seperti informasi yang menyesatkan, hoax, atau kabar burung bisa menjadi penyebab citra Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi buruk di media sosial.

- v. Kurangnya promosi positif

Ketika kampus tidak mempromosikan prestasi atau kegiatan yang positif secara cukup, hal ini bisa membuat masyarakat tidak memiliki gambaran yang jelas tentang kampus dan lebih mudah terpengaruh dengan konten negatif.

vi. Kurangnya komunikasi

Kurangnya komunikasi yang terbuka dan jelas tentang kampus dari kampus juga bisa menjadi penyebab citra menjadi negatif di media sosial. Hal ini bisa membuat masyarakat merasa kurang terinformasi atau tidak dipedulikan oleh kampus.

Disamping banyaknya penyebab yang bisa merusak citra kampus di media sosial, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga menyusun beberapa rencana untuk mencegah hal tersebut terjadi. Adapun rencana atau langkah-langkah yang diambil Humas untuk mencegah hal tersebut terjadi yaitu:

i. Memantau aktivitas media sosial

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar harus terus memantau aktivitas media sosial dan memantau konten yang dibagikan tentang kampus. Hal ini dapat membantu menemukan konten negatif sebelum menjadi masalah yang lebih besar.

ii. Membuat panduan media sosial

Kampus dapat membuat panduan media sosial yang memberikan pedoman bagi mahasiswa, dosen, dan staf tentang cara berinteraksi di media sosial. Panduan ini

dapat membantu mengurangi konten negatif dan mempromosikan perilaku yang lebih positif di media sosial.

iii. Melibatkan mahasiswa, dosen, dan staf

Kampus dapat melibatkan mahasiswa, dosen dan staf dalam upaya mengatasi konten negatif di media sosial. Dengan melibatkan mereka, kampus dapat memperkuat komunitas kampus dan mempromosikan cara berinteraksi yang lebih positif di media sosial.

iv. Meningkatkan komunikasi

Kampus dapat meningkatkan komunikasi komunikasi dengan mahasiswa, dosen, staf dan masyarakat umum. Dengan begitu, kampus dapat memastikan informasi yang dibagikan di media sosial lebih akurat dan relevan.

v. Memberikan tanggapan yang cepat

Ketika konten negatif muncul di media sosial, kampus harus memberikan tanggapan yang cepat dan efektif. Hal ini dapat membantu memperbaiki citra kampus dan meminimalkan dampak negatif dari konten tersebut.

vi. Mempromosikan prestasi kampus

Kampus dapat mempromosikan prestasi kampus melalui media sosial. Dengan mempromosikan prestasi

kampus, kampus dapat memperbaiki citra kampus dan mengurangi dampak negatif dari konten negatif di media sosial.

c) Pengelolaan Video dan YouTube

Pengelolaan Video dan YouTube dilakukan untuk menyebarkan informasi positif terkait kampus dengan menggunakan sarana video, terutama di YouTube. Pengelolaan Video di YouTube bisa berupa video pendek atau short serta video panjang atau video lengkap.

2) Analisis Isu

Analisis isu perlu dilakukan untuk mengetahui isu-isu yang bisa merusak citra kampus. Dengan melakukan analisis pada isu-isu tersebut, maka Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa mengetahui langkah pencegahan yang harus dilakukannya.

3) Kerjasama Internal dan Eksternal Kampus

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan kerjasama dengan media internal dan eksternal kampus. Dengan melakukan kerjasama dengan internal kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa selalu mendapatkan informasi terkait dengan kegiatan yang berada dalam ruang lingkup kampus sehingga bisa menyampaikan berita tersebut kepada publik, serta bisa membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar

dalam masalah SDM. Sedangkan kerjasama dengan median eksternal kampus, bisa membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam penyebaran informasinya.

d. Implementasi Strategi

Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjelaskan untuk mempermudah Humas dalam melaksanakan tugasnya, maka staff-staff Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dibagi menjadi tiga bagian yaitu pengelol berita dan website, fotografer dan pengelola media sosial, serta pengelola video dan youtube.

1) Penyebaran Informasi Positif

a) Pengelolaan Berita dan Website

Dalam wawancara yang dilakukan dengan Nasrullah selaku staf yang mengelola berita dan website, mengungkapkan:

“Kita disini banyak menceritakan keunggulan dari Unismuh. Keunggulan itu seperti prestasi mahasiswa dan dosen dalam lomba tingkat lokal dan nasional. Cara kita mengkomunikasikan keunggulan itu, kita bisa menggunakan media internal kampus dan media eksternal seperti media cetak yang bekerja sama dengan kampus.” (Wawancara: 23 Desember 2023)

Nasrullah juga menjelaskan bahwa pengelolaan berita di Humas hampir mirip dengan pengelolaan berita di jurnalistik. Bedanya hanya terletak pada kandungan berita yang

disebarluaskan. Karena seperti yang kita semua tahu, jika pemberitaan di jurnalistik sesuai fakta yang ada, baik atau buruknya berita semua disampaikan kepada masyarakat. Sedangkan di Humas, pengelolaan beritanya sedikit berbeda, dimana berita tersebut dikupas untuk menjadi berita yang bisa meningkatkan citra kampus.

Untuk mengelola citra yang dimilikinya, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar memutuskan untuk mengolah berita-berita yang bisa meningkatkan citra kampus dan melakukan penyebaran melalui media massa yang bekerja sama langsung dengan pihak Humas dan penguploadan di website yang dimiliki humas.

Gambar 4.2 Pengelolaan Website



Sumber: (Humas, 2020)

b) Pengelolaan Media Sosial

Bukhairul Iman selaku staf fotografer dan pengelola media sosial menjelaskan lebih jelas dalam wawancaranya tentang pengelolaan media sosial.

“Berita-berita atau informasi-informasi yang memberikan citra baik bagi kampus kita sebar di media sosial. Terkadang ada yang bertanya, ini bagaimana? Ini dimana? Dan sebagainya. Sebisa mungkin kita respon dan arahkan. Misalnya seperti penerimaan mahasiswa baru. Ada yang bertanya, kita arahkan ke PMB. Selama ini itu saja yang saya lakukan jika menjaga citra di media sosial. Jika ada berita, saya share di instagram atau facebook.” (Wawancara: 23 Desember 2023)

Narasumber mengungkapkan jika pemberian informasi melalui media sosial sangatlah penting dalam menjaga citra yang dimiliki kampus. Selain itu, narasumber juga menjelaskan tentang Humas yang berusaha untuk merespon kembali pertanyaan-pertanyaan dari responden. Hal ini memang cukup membantu dalam meningkatkan citra kampus di media sosial dengan merespon kembali pertanyaan dengan cepat dan tepat.

Facebook, Twitter, Tiktok dan Instagram Universitas Muhammadiyah Makassar adalah media komunikasi digital yang berada di jaringan internet, berbentuk sosial media dengan format media JPG dan Vidio. Publikasi melalui facebook adalah publikasi atau penyebarluasan informasi melalui fasilitas media sosial. Materi yang disampaikan melalui

Facebook bisa berupa pengumuman, branding, promosi, dan agenda kampus.

Di era digital sekarang ini, media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan kebanyakan orang. Melihat realitas sekarang, para remaja lebih sering menggunakan tiktok dan instagram, sedangkan facebook dan twitter untuk kalangan orang dewasa.

Tabel 4.2 Pengelolaan Media Sosial

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Gambar 4.3 Pengelolaan Instagram @official.unismuh Sumber: (Unismuh, 2020)</p>
2		<p>Gambar 4.4 Pengelolaan Twitter @officialunismuh Sumber: (Unismuh, 2021)</p>

3		<p>Gambar 4.5 Pengelolaan TikTok unismuhmakassar Sumber: (Unismuh, 2022)</p>
4		<p>Gambar 4.6 Pengelolaan Facebook Universitas Muhammadiyah Makassar</p>

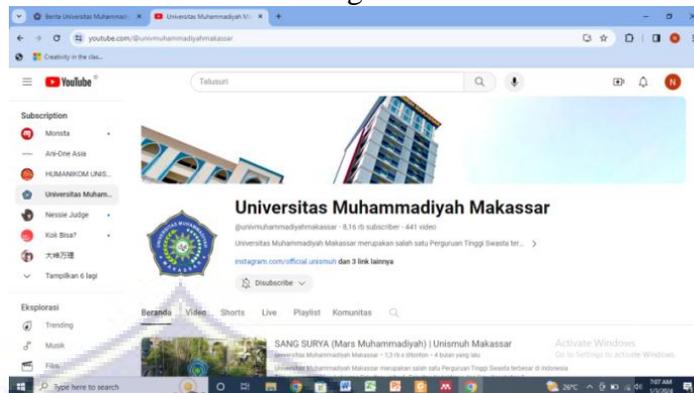
c) Youtube

Youtube merupakan salah satu sarana yang paling sesuai untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan yang dimiliki kampus. Seperti yang telah dilakukan oleh Dede Sulaiman selaku staf Pengelola Video dan Youtube, dengan mengupload video-video pendek dari kegiatan yang dilaksanakan kampus, sebagai sarana penginformasian kepada masyarakat.

“Kami di Humas kekurangan sumber daya. Oleh karena itu, kami mentaktisinya dengan menggunakan AI sebagai reporter. Dengan begitu, kita tidak perlu manusia untuk membacakan berita.” (Wawancara: 26 Desember 2023)

Dede Sulaiman juga menjelaskan tentang lamanya durasi video tergantung dengan media penyebarannya. Seperti misalnya short youtube dan instagram memiliki durasi yang berbeda karena durasi untuk short youtube terbatas.

Gambar 4.6 Pengelolaan Youtube



Sumber: (Unismuh, 2016)

Selain tiktok dan instagram, youtube juga menjadi media yang paling banyak digunakan sekarang. Tidak hanya dikalangan para remaja tetapi juga orang dewasa. Penguploadan di youtube membutuhkan video, oleh karena itu perlunya seseorang yang ahli di bidang videography. Semakin menarik videography sebuah video, akan menarik minat para penonton.

Publikasi melalui media youtube merupakan penyebaran informasi yang berupa penayangan video yang berdurasi satu sampai tiga menit. Dalam penggunaan media ini, Universitas Muhammadiyah Makassar menyediakan video-video mengenai informasi, pengenalan kampus, agenda kampus, serta live streaming kegiatan maupun acara yang digelar oleh Universitas Muhammadiyah Makassar. Di youtube juga menyediakan video pendek (short video) yang akan

mempermudah memahami dan dapat menjadi daya tarik publik terhadap aktivitas kampus.

2) Analisis Isu

Kepala Bagian Humas pernah mengungkapkan jika Humas tidak perlu menyangkal berita yang bisa merusak citra kampus. Langkah yang paling sesuai yang dapat diambil Humas adalah menyampaikan berita-berita positif tentang kampus sehingga berita-berita negatif tersebut bisa tenggelam.

Langkah yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus tidak hanya melalui tiga cara tersebut saja. Misalnya saja jika sudah terlanjur terdapat sebuah berita yang dapat mengperburuk citra kampus, maka Humas perlu bertindak dengan cepat.

Tapi, terkadang ada kasus atau berita yang sudah terlanjur viral seperti kasus 'Skripsi Mahasiswa yang Dianggap Menghina Suku Tolaki' dan kasus 'Pengeroyokan Mahasiswa Baru oleh Senior'. Jika terjadi hal tersebut, maka Humas perlu mengambil langkah selanjutnya untuk mengonfirmasi dan melakukan pers konferense terkait kasus tersebut.

Tabel 4.3 Berita yang Bisa Merusak Citra Kampus

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Gambar 4.7 Kasus Suku Tolaki <i>Sumber:</i> (Attamimi, 2023)</p>
2		<p>Gambar 4.8 Kasus Pengeroyokan Mahasiswa Baru <i>Sumber:</i> (Alfiandis, 2023)</p>
3		<p>Gambar 4.9 Respon Kampus Kasus Suku Tolaki <i>Sumber:</i> (Humas, 2023b)</p>
4		<p>Gambar 4.10 Respon Kampus Kasus Pengeroyokan Mahasiswa Baru <i>Sumber:</i> (Humas, 2023)</p>

Jika terjadi kasus yang sudah tersebar luas seperti kedua kasus tersebut. Maka pihak Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu melakukan Press Conferense untuk mengkonfirmasi kasus yang terjadi dengan mengundang media untuk menjadi sarana penyebarluasan terkait kasus tersebut.

Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjelaskan dalam Kasus Suku Tolaki, mereka melakukan pertemuan dengan pihak dari suku tolaki dan kampus untuk membicarakan kasus tersebut dan mencari solusi bersama. Sedangkan, untuk Kasus Pengeroyokan Mahasiswa, pihak kampus mengundang media dan mengakui fakta kelalaian dari pihak kampus sehingga bisa terjadi pembulian di area kampus, serta memberikan sanksi yang berat untuk senior yang melakukan pengeroyokan.

3) Kerjasama Internal dan Eksternal Kampus

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bekerjasama dengan unit-unit kerja yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar. Misalnya saja tim IT, Tim IT bisa membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam pengelolaan video dan youtube.

Bukhairul Iman selaku staff Humas Universitas Muhammadiyah Makassar pernah mengungkapkan jika bantuan dari pihak internal sangat membantu dalam pelaksanaan tugas Humas.

“Jika ada kegiatan yang dilaksanakan oleh Fakultas dan Kampus yang bersamaan maka dengan SDM kita yang sedikit tidak bisa menghadiri semua kegiatan itu, apalagi jika hari dan jamnya sama. Maka dari itu, kita biasanya tunggu rilis dari pihak

fakultas yang melakukan kegiatan.” (Wawancara: 23 Desember 2023)

Dalam wawancara tersebut, Bukhairul Iman menjelaskan tentang pentingnya kerjasama internal kampus dengan Humas.

Selain kerjasama Internal, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga telah melakukan kerjasama dengan beberapa media eksternal. Misalnya dari media cetak terdapat tribun timur dan fajar dan media TV terdapat TVRI, sedangkan untuk media online ada banyak misalnya fajar online, tribun timur online, khittah, dan masih banyak lagi. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan hal tersebut untuk membantu dalam penyebaran informasi positif dan kebijakan-kebijakan yang dilakukan kampus.

e. Evaluasi

Dede Sulaiman pernah mengungkapkan caranya untuk melakukan evaluasi.

“Jika untuk evaluasi, kita bisa melihat melalui jumlah view atau komentar-komentar yang masuk dari penonton. Misalnya saja, video-video yang bagaimana yang memiliki view yang banyak atau jika berdasarkan komentar, kita bisa melihat melalui komentar mereka. Misalnya jika videonya tidak jelas atau sebagainya. Itu bisa menjadi bahan evaluasi kita.” (Wawancara: 25 Desember 2023)

Berdasarkan hasil data yang dimiliki Humas Universitas Muhammadiyah tentang evaluasi kinerja Humas, yaitu:

1) Responsivitas

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap stakeholder yang menggunakan layanan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sebanyak 15,8% responden menyatakan bahwa responsivitas atau kecepatan tanggapan Humas sangat cepat. Sedangkan sebanyak 50% responden menyatakan bahwa kecepatan tanggapan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar cukup cepat. Sebanyak 34,2% responden menyatakan bahwa responsivitas atau kecepatan tanggapan Humas biasa saja, dan tidak ada respon yang menyatakan bahwa tanggapan Humas lambat.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas stakeholder yang menggunakan layanan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar merasa puas dengan kecepatan tanggapan yang dilakukan Humas. Meskipun demikian, masih ada sebagian kecil yang menganggap kecepatan tanggapan Humas biasa saja. Sehingga, perlu dilakukan evaluasi dan meningkatkan tanggapan responsivitas Humas untuk meningkatkan kepuasan pengguna layanan Humas.

2) Kualitas Informasi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap stakeholder yang menggunakan layanan Humas Universitas Muhammadiyah

Makassar sebanyak 15,8% responden menyatakan bahwa kualitas informasi yang diberikan oleh Humas Unismuh Makassar sangat baik. Sementara sebanyak 65,8% responden menyatakan bahwa kualitas informasi tersebut baik. Selain itu, sebanyak 15,8% responden menyatakan bahwa kualitas informasi tersebut cukup, dan hanya 2,6% responden yang menyatakan bahwa kualitas informasi yang diberikan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar kurang baik.

Hasil survei ini menunjukkan bahwa mayoritas stakeholder yang menggunakan layanan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar merasa puas dengan kualitas informasi yang diberikan oleh Humas. Hal ini menunjukkan bahwa Humas telah memberikan informasi yang tepat dan jelas kepada stakeholder, sehingga stakeholder dapat memahami dengan baik informasi yang diberikan dan membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi tersebut.

3) Akseibilitas Informasi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap stakeholder yang menggunakan layanan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar, sebanyak 31,6% responden menyatakan bahwa aksesibilitas informasi atau kemudahan untuk menemukan informasi di website atau media sosial Humas sangat mudah.

Sementara itu, sebanyak 63,2% responden menyatakan bahwa aksesibilitas informasi tersebut mudah.

Meskipun mayoritas stakeholder merasa bahwa aksesibilitas informasi di website atau media sosial Humas Universitas Muhammadiyah Makassar mudah, terdapat sebagian kecil stakeholder yang menganggap aksesibilitas informasi tersebut masih kurang mudah atau bahkan tidak mudah. Hal ini dapat menjadi perhatian untuk perbaikan dan evaluasi terhadap website atau media sosial Humas.

4) Kepuasan Layanan

Berdasarkan hasil survei kepuasan layanan pelanggan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar mengungkapkan hasil yaitu sebanyak 21,1% responden menyatakan bahwa mereka sangat puas dengan layanan pelanggan yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 52,6% responden menyatakan bahwa mereka puas dengan layanan pelanggan tersebut, dan 23,7% menyatakan bahwa layanan pelanggan tersebut cukup memuaskan. Hanya sebagian kecil, yaitu 2,6% responden yang menyatakan bahwa mereka tidak puas dengan layanan pelanggan yang diberikan.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa mayoritas stakeholder yang menggunakan layanan pelanggan Humas merasa puas dengan layanan yang diberikan. Namun, hasil survei juga

menunjukkan bahwa ada sebagian kecil stakeholder yang merasa tidak puas dengan layanan pelanggan yang diberikan. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Humas untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap layanan pelanggan tersebut agar dapat lebih memuaskan stakeholder.

5) Profesionalitas dan Keramahan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, mayoritas responden yaitu sebanyak 79% dari total responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Humas tergolong profesional dan ramah. Dari jumlah tersebut, sebanyak 21,1% responden menyatakan bahwa Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sangat profesional dan ramah dalam memberikan layanan. Sementara itu, sebanyak 57,9% responden menyatakan bahwa Humas profesional dan ramah dalam memberikan layanan. Hanya sebanyak 21,1% responden yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan Humas cukup.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar stakeholder yang menggunakan layanan Humas merasa puas dengan profesionalitas dan keramahan pelayanan yang diberikan. Meskipun mayoritas responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, tetap ada sebagian kecil responden yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan hanya cukup. Oleh

karena itu, Humas perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada stakeholder.

6) Pemenuhan Harapan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, mayoritas responden yaitu sebanyak 81,6% dari total responden menyatakan bahwa layanan yang diberikan oleh Humas telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Dari jumlah tersebut, sebanyak 13,2% responden menyatakan bahwa Humas sangat memenuhi harapan mereka dalam memberikan layanan. Sementara itu, sebanyak 68,4% responden menyatakan bahwa Humas memenuhi harapan mereka dalam memberikan layanan. Hanya sebanyak 15,8% responden yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan Humas cukup.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa Humas Universitas Muhammadiyah Makassar telah berhasil memenuhi harapan stakeholder dalam memberikan layanan. Meskipun mayoritas responden merasa puas dengan pemenuhan harapan layanan Humas, tetap ada sebagian kecil responden yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan hanya cukup. Oleh karena itu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu terus

meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar bisa memenuhi harapan stakeholder dengan lebih baik lagi.

Selain itu, Ayu Lestari selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar mengungkapkan kepuasannya terkait penyampaian informasi yang dilakukan melalui Website.

“Informasi yang disebarkan melalui website memang cukup membantu saya untuk mengetahui tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan kampus. Karena mengingat jika saya tidak mengikuti organisasi sehingga saya bisa mengetahui hal-hal tersebut melalui website berita kampus.” (Wawancara: 30 Desember 2023)

Dari wawancara tersebut, Narasumber menjelaskan jika penyebaran informasi yang dilakukan Humas melalui website sangat efektif dalam membantu narasumber mengetahui informasi-informasi seputar kampus.

Selanjutnya, Sri Agustina Pratiwi selaku Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar mengungkapkan kepuasannya terkait penyebaran berita di Youtube.

“Saya pikir penyebaran informasi di youtube terutama di short video dengan menggunakan AI sebagai pembawa berita benar-benar sesuatu yang baru menurut saya. Menurut saya itu sangat unik. Sedangkan untuk di media sosial lainnya, saya rasa postingannya kurang massif karena tidak setiap hari.” (Wawancara: 30 Desember 2023)

Narasumber menjelaskan bahwa, Humas memang memiliki banyak nilai plus tetapi Humas juga memiliki beberapa kekurangan seperti tidak efisiennya penggunaan instagram yang dilakukan Humas.

Meskipun begitu, dengan hasil evaluasi yang dilakukan Humas sendiri, Humas selalu menjaga dan berusaha untuk tetap meningkatkan pelayanan yang dilakukakannya sehingga setiap stakeholder yang menggunakan layanan Humas bisa merasa puas.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus

a. Faktor Pendukung

1) Pembagian tupoksi yang sesuai

Tabel 4.2 Pembagian Kerja Staf Humas

No	Nama	Jabatan
1	Hadisaputra	Kepala Bagian Humas dan Protokoler
2	Nasrullah	Staf Berita dan Website
3	Bukhairul Iman	Staf Fotografer dan Media Sosial
4	Dede Sulaiman	Staf Video dan Pengelola YouTube

Pembagian tupoksi yang sesuai dan tepat bisa membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalankan tugasnya dengan lebih maksimal.

2) Terjalannya koordinasi yang baik dengan pihak internal

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar selalu terkoordinasi dengan pihak-pihak internal kampus. Dengan koordinasi yang baik ini, maka Humas Universitas

Muhammadiyah Makassar bisa memaksimalkan tugasnya meskipun dengan SDM yang terbatas.

Salah satu contoh koordinasi internal yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar adalah dengan tim IT Universitas Muhammadiyah Makassar. Tim IT bisa membantu Humas dalam pengelolaan YouTube dan Media Sosial.

Selain itu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga menjaga koordinasi yang baik dengan pihak-pihak fakultas di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Hal ini dapat membantu penyebaran informasi kepada Humas Universitas Muhammadiyah Makassar jika terdapat kegiatan atau hal-hal lain yang perlu diinformasikan ke publik.

3) Kerjasama dengan pihak eksternal

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar selalu menjalin kerjasama dengan pihak-pihak eksternal kampus. Misalnya media luar kampus. Ada banyak media yang telah bekerjasama dengan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar, diantaranya TVRI, Tribun Timur, dan Fajar.

Hal ini dapat membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam penyebaran informasi positif tentang kampus. Selain itu, dengan menjaga hubungan yang baik dengan pihak eksternal terutama media, hal tersebut juga bisa membantu Humas

Universitas Muhammadiyah Makassar jika terjadi penyebaran berita atau informasi negatif tentang kampus. Misalnya, kasus mahasiswa suku tolaki. Pihak media yang telah menjalin hubungan yang baik dengan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar akan mengkonfirmasi berita tersebut kepada Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga pihak Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tidak terlambat membuat respon terkait informasi tersebut.

b. Faktor Penghambat

1) Kurangnya Skill

Kurangnya Skill yang dimiliki oleh staff Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi salah satu penghambat Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalankan tugasnya. Dalam sesi wawancara yang dilakukan antara pihak peneliti dan Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Hadisaputra, narasumber juga mengungkapkan beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Humas yaitu:

“Kita di Unismuh memiliki sumber daya manusia yang sedikit. Selain itu, dalam aspek kualitas. Ada banyak skill yang seharusnya dimiliki oleh bagian Humas, tetapi kita masih banyak di penulisan berita. Meskipun ada juga staf yang bisa pengeditan video, tetapi mengingat skill-skill kehumasan yang sekarang jauh lebih kompleks dari tahun-tahun yang dulu.” (Wawancara: 18 Desember 2023)

Kepala Bagian Humas mengungkapkan bahwa kelemahan yang paling menonjol adalah sumber daya manusia yang dimilikinya masih kurang terbatas sehingga Humas belum bisa menjalankan tugasnya dengan lebih maksimal.

2) Sarana Prasarana yang tidak memadai

Sarana Prasarana yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar kurang. Alat-alat yang dapat menunjang tugas Humas Universitas Muhammadiyah Makassar, kurang. Bukhairul Iman selaku staf Humas Universitas Muhammadiyah Makassar mengungkapkan beberapa kendala yang dimilikinya dalam melaksanakan kerja-kerja Humas, yaitu:

“Hal yang paling kurang di Humas itu adalah sumber dayanya. Kita disini hanya ada empat sehingga kadang kita harus bolak balik jika ada dua kegiatan dalam satu hari. Selain itu, alat-alat yang bisa mendukung kerja-kerja Humas seperti kamera dengan spesifikasi yang lebih baik.” (Wawancara: 23 Desember 2023)

Narasumber memaparkan bahwa ketersediaan alat yang memadai dalam menjalankan tugas-tugas Humas cukup menjadi penghambat baginya, sehingga narasumber mengungkapkan jika Humas membutuhkan prasarana yang lebih memadai dari yang dimiliki sekarang.

3) Kurangnya SDM

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor terpenting yang harus dimiliki oleh sebuah unit kerja, termasuk juga Humas

Universitas Muhammadiyah Makassar. Kurangnya SDM dapat sangat mempengaruhi dalam pelaksanaan tugas-tugas Humas. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya memiliki empat orang SDM dengan satu kepala bagian dan tiga orang staff

Hadisaputra selaku Kepala Bagian Humas mengungkapkan kendala terbesar yang dimiliki Humas Universitas Muhammadiyah Makassar, yaitu:

“Hal yang paling penting itu SDM nya yang kurang. Meskipun jika kita minta penambahan alat, lalu siapa yang akan menggunakan alat-alat itu jika SDM nya tidak mencukupi.”
(Wawancara: 14 Desember 2023)

Kepala Bagian Humas tersebut menjelaskan bahwa keberadaan SDM jauh lebih penting dibandingkan sarana prasarana Humas. Meskipun sarana prasarana memadai tetapi tidak memiliki SDM yang memadai maka hal itu tidak akan membawa banyak perubahan bagi Humas.

Selain itu, Nasrullah juga menganggap SDM menjadi faktor terpenting dalam pelaksanaan kerja Humas. Ia sangat setuju tentang penambahan SDM di Humas Universitas Muhammadiyah Makassar.

“Disini kita paling butuh memang SDM nya. Karena jika hanya empat orang yang bekerja pasti akan kewalahan. Tetapi yang kita butuhkan itu SDM yang benar-benar memiliki kualitas dalam menjalankan tugas-tugas yang dimiliki Humas.”
(Wawancara: 23 Desember 2023)

Berdasarkan wawancara tersebut, narasumber berpendapat jika SDM memang menjadi kendala utama dalam pelaksanaan kerja Humas. Oleh karena itu, narasumber sangat berharap penambahan SDM untuk Humas. Akan tetapi, narasumber juga berpendapat meskipun jumlah SDM telah tercapai, tetapi kualitas yang dimilikinya masih kurang, maka hal tersebut juga bukanlah solusi yang baik.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tidak memiliki Visi, Misi dan Tujuan sendiri, mereka akan selalu sejalan dengan Visi, Misi, dan Tujuan yang telah ditetapkan kampus.

Dalam mencapai Visi, Misi, dan Tujuan yang ditetapkan kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi sarana yang berperan dalam penyebaran informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan, baik dari lingkup kampus maupun lingkup fakultas atau prodi. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar akan selalu menyampaikan informasi yang sejalan dengan Visi Misi tersebut.

Sesuai dengan Misi Universitas Muhammadiyah Makassar untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar selalu mengikuti dan

mempublikasikan informasi terkait pengajian rutin yang dilaksanakan oleh Universitas Muhammadiyah Makassar. Selain itu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga sering mempublikasikan informasi-informasi terkait keislaman yang dilaksanakan oleh Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) maupun Himpunan Mahasiswa Jurusan/Program studi (HMJ/HimaProdi).

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sering menyebarkan informasi-informasi terkait prestasi yang diraih oleh para civitas akademika atau kegiatan-kegiatan pembelajaran yang bersifat mendidik lainnya. Selain itu, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga sering bekerjasama dengan pihak-pihak organisasi yang ada dalam ruang lingkup kampus untuk menjadi pematani.

Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Edward L Berneys tentang Humas (Mukarom & Laksana, 2019) yang mengemukakan bahwa Humas memiliki tiga macam arti yaitu menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cara persuasi, hal tersebut dimaksudkan untuk mengubah sikap masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan bersama, usaha untuk mengintegrasikan sikap dan unsur perbuatan antar lembaga dengan perbuatan masyarakat sebaliknya.

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar seringkali menyampaikan informasi-informasi positif yang dimiliki oleh kampus melalui berita, postingan media sosial atau yang lainnya. Hal tersebut

dilakukan guna untuk meningkatkan citra yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Makassar dimata publik.

2. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dibagi menjadi dua untuk memudahkan proses analisis, yaitu analisis internal dan eksternal. Analisis Internal dan Eksternal perlu dilakukan untuk mengetahui ancaman-ancaman apa saja yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus.

Menurut Pearce dan Robbinson tentang strategi manajemen Humas (Soemirat & Ardianto, 2012) menjelaskan pentingnya untuk melakukan penilaian terhadap eksternal perusahaan dan analisis terhadap peluang yang ada disekitar lingkungan. Hal tersebut dilakukan guna untuk mempermudah Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra kampus. Dengan melakukan analisis, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya tinggal merumuskan apa yang akan dilakukan selanjutnya.

a. Analisis Internal

Dalam analisis internal, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu mengetahui apa yang menjadi kelemahan dan kekuatan mereka miliki. Analisis ini dapat membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk meningkatkan hal-hal yang menjadi kelemahan internalnya.

Dengan melakukan analisis internal juga membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengenali kekuatan yang dimilikinya sehingga Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa memaksimalkan hal tersebut disamping meningkatkan dan mencari solusi terkait kelemahan yang dimilikinya.

b. Analisis Eksternal

Analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki oleh kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Analisis ini perlu dilakukan untuk mengetahui ancaman yang bisa mempengaruhi citra yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa mengambil langkah pencegahannya. Analisis ini juga dilakukan untuk mengetahui peluang yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Makassar, sehingga Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan citranya.

3. Perumusan Strategi

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu merumuskan strategi untuk mengelola citra yang dimiliki kampus sebelum mengimplementasikannya. Strategi yang telah dirumuskan bisa menjadi acuan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalankan tugasnya.

Menurut Chandler tentang strategi (Novi, 2021) menjelaskan bahwa strategi merupakan alat dari perusahaan yang digunakan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam perluasan jangka panjang dan dapat digunakan dalam pemrioritaskan sumber daya.

Berdasarkan hal tersebut, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar merumuskan strateginya dengan tujuan untuk mengelola citra kampus sehingga citra yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Makassar tidak menjadi buruk.

Strategi yang dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengelola citra yaitu penyebaran informasi yang positif kepada publik dengan melalui website, media sosial, dan youtube. Dengan melakukan hal ini, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa memberikan sugesti kepada publik tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga hal tersebut bisa mempengaruhi pandangan publik tentang Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menurut Solomon tentang citra (Soemirat & Ardianto, 2012) mengemukakan bahwa semua bersementera dari organisasi kognitif, yaitu pada informasi dan pengetahuan yang dimiliki. Citra sebuah perusahaan dapat terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima.

Sesuai dengan yang diungkapkan Solomon, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menyebarkan informasi-informasi positif yang

dimilikinya untuk mempertahankan citra yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Makassar sekarang ini. Dengan penyebaran informasi yang positif, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa saja mendoktrin masyarakat melalui informasi tersebut sehingga jika terdapat informasi yang bisa merusak citra kampus maka publik tidak akan mudah percaya.

Selanjutnya adalah melakukan analisis isu. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu melakukan analisis isu untuk mengetahui berita-berita negatif yang dapat merusak citra kampus. Setelah melakukan analisis isu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu melakukan pencegahan terkait isu yang menyebar tersebut sebelum menjadi viral.

Berikutnya adalah kerjasama dengan pihak internal dan eksternal kampus. Selain menjalin kerjasama dengan pihak eksternal, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar juga perlu menjalin kerjasama dengan pihak eksternal kampus. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mencegah isu-isu negatif terkait kampus yang bisa saja disebarkan oleh mahasiswa atau dosen. Kerjasama dengan pihak eksternal juga sangat penting untuk membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam penyebaran informasi terkait kampus.

4. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah langkah dimana strategi yang telah dirumuskan sebelumnya kemudian diterapkan. Untuk penyebaran informasi positif terkait kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menggunakan website, media sosial, dan youtube untuk menyebarkan berita-berita tersebut.

Selanjutnya untuk analisis isu, jika terdapat isu-isu yang memuat tentang informasi-informasi negatif terkait kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tidak akan menyangkalnya secara langsung. Setelah isu-isu tersebut rilis, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan langkah untuk menutupi berita tersebut secara tidak langsung yaitu dengan menyebarkan informasi-informasi positif terkait kampus sehingga informasi negatif tersebut tenggelam. Jika terdapat isu yang sudah terlanjur viral, maka tindakan yang akan dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar adalah menghubungi pihak-pihak terkait untuk mencaritahu kebenarannya dan melakukan pers konferens untuk mengkonfirmasi dan memberikan penjelasan terkait isu tersebut.

Malvin Sharpe tentang Humas (Mukarom & Laksana, 2019) menyatakan bahwa hubungan yang harmonis yaitu komunikasi yang jujur untuk meningkatkan kredibilitas. Hal tersebut telah dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah dalam mengelola isu-isu yang bisa merusak citra kampus, dimana mereka tidak langsung menyangkal isu-isu tersebut.

Kemudian tentang kerjasama dengan pihak internal dan eksternal. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menjalin kerjasama dengan pihak internal dan eksternal kampus untuk membantu dalam penyebaran informasi dan pencegahan untuk isu. Dengan menjalin kerjasama dengan pihak internal kampus, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa terbantu dalam penyebaran informasi. Misalnya, jika terdapat kegiatan Universitas dan Fakultas yang dilaksanakan secara bersamaan, seharusnya dengan SDM Humas Universitas Muhammadiyah Makassar yang sedikit mereka hanya bisa mengikuti salah satunya, tetapi jika dibantu dengan Press Release yang dikirim oleh pihak Fakultas maka hal tersebut bisa menutupi kekurangan SDM yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga semua informasi tersebut bisa disampaikan pada publik.

5. Evaluasi Strategi

Evaluasi merupakan langkah terakhir yang perlu dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi tentang kinerja yang dimiliki Humas Universitas Muhammadiyah Makassar selama satu tahun kebelelang.

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui tentang kepuasan layanan yang diberikan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar kepada para stakeholder. Evaluasi dilakukan guna memberikan gambaran kepada

Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tentang kekurangan yang dimilikinya.

Dengan melakukan evaluasi, Humas Universitas Muhammadiyah Makassar bisa meningkatkan hal-hal yang masih kurang dalam menjalankan tugas mereka. Dengan evaluasi juga bisa membantu Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengetahui perbedaan antara kinerja yang sekarang dan sebelumnya, apakah benar-benar telah mengalami peningkatan atau belum. Jika belum atau bahkan makin menurun, maka Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu mengubah strategi yang digunakannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki misi untuk menjadi kampus yang unggul, islami dan terpercaya. Untuk mencapai hal tersebut maka Universitas Muhammadiyah Makassar memerlukan citra yang baik dimata publik. Untuk hal tersebutlah tugas Humas diperlukan sebagai media penghubung antara kampus dan publik.

1. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar memerlukan strategi dalam menjalankan tugasnya untuk mengolah citra kampus. Ada lima hal penting yang dapat dilakukan Humas Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengolah citra kampus yaitu, menentukan visi misi dan tujuan lembaga, analisis lingkungan, merumuskan strategi, pengimplementasian strategi, serta evaluasi strategi. Humas Universitas Muhammadiyah Makassar perlu melakukan hal-hal tersebut untuk bisa mengolah citra kampus dengan baik.
2. Faktor yang menjadi penghambat Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus adalah kurangnya SDM yang berkualitas. Sedangkan faktor pendukung Humas dalam pengelolaan citra kampus yaitu kerjasama dan bantuan dari setiap elemen yang saling berkoordinasi dan saling membantu satu sama lain.

B. Saran

Saya tidak memiliki terlalu banyak saran mengenai tugas Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam mengolah citra kampus. Saran saya yaitu:

1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia. Seperti yang telah dijelaskan jika Humas Universitas Muhammadiyah Makassar hanya memiliki tiga staf dan kepala bagian sehingga Humas Universitas Muhammadiyah Makassar tidak bisa menjalankan tugasnya semaksimal mungkin.
2. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu staf, meskipun peningkatan SDM sangat penting tetapi juga harus melihat dari kualitasnya. Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Makassar pernah menjelaskan jika tugas Humas di era digital sekarang yaitu dituntut untuk mengikuti trend terkini sehingga diharapkan dalam peningkatan SDM-nya kuitas SDM tersebut juga perlu diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafizha, M. R. (2023). *Mengenal Apa Itu Teknik Analisis Data, Jenis-jenis dan Contohnya*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6548598/mengenal-apa-itu-teknik-analisis-data-jenis-jenis-dan-contohnya>
- Hairunnisa. (2020). The Analysis of Public Relation Activities at Mulawarman University In Improving Institutional Reputation. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(2), 101–115.
- Hanika, I. M., & Anjani, P. T. (2019). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Di Era Disrupsi (Studi Kasus Humas Universitas Pertamina). *Conference On Communication and ...*, 2(1), 11.
- Karunia, V. (2022). *Apa Itu Gatekeeper dalam Komunikasi Massa?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/02/100000769/apa-itu-gatekeeper-dalam-komunikasi-massa>
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2019). *Manajemen Public Reactions panduan efektif pengelolaan hubungan masyarakat Pengantar Prof. Dr. H. Asep Saeful Muhtadi, M.A. (B. A. Saebani (ed.); 2nd ed., Vol. 2)*. CV Pustaka Setia.
- Nadhila, F. (2020). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Universitas Jambi*. Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Pratiwi, M. R., Hapsari, S. A., & Yusriana, A. (2019). Refleksi Citra Universitas Dian Nuswantoro Melalui Unggahan di Akun @udinus_smg. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(2), 79–93.
- Putri, V. K. M. (2023). *Bagaimana Proses Analisis Data yang Benar?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/07/25/080000869/bagaimana-proses-analisis-data-yang-benar-?page=all>
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations* (8th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Sumarni. (2020). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar. *Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar*, 21(1), 1–9.
- Syahrani. (2021). *Bagian Humas & Protokoler*. Nabirekab.Go.Id. <https://nabirekab.go.id/portal/bagian-humas-protokoler/>
- Syukri, & Sumarni. (2020). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (JKO)*, 2(1), 43–52.

- Yahya, M., Wardah, & Reskiyani. (2022). Peran Kehumasan Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Industri Pariwisata di Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1), 88–106.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.
- Fauzan. (2022). Metode Penelitian. [http://repository.stei.ac.id/8208/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/8208/4/BAB%203.pdf)
- Novi. (2021). Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan dan Contohnya. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/>
- Putri, V. K. M. (2022). Sumber Data Primer dalam Penelitian. 17 Desember 2022. <https://amp.kompas.com/skola/read/2022/12/17/130000869/sumber-data-primer-dalam-penelitian>

Sumber Lain:

- Alfiandis. (2023). 2 Mahasiswa Unismuh Makassar Diduga Korban Pengeroyokan Senior Lapor Polisi. 29 Mei 2023.
- Attamimi, N. (2023). Skripsi Mahasiswa Unismuh Makassar Dinilai Hina Suku Tolaki, LAT Lapor Polisi. 12 April 2023. <https://www.detik.com/sulsel/hukum-dan-kriminal/d-6668804/skripsi-mahasiswa-unismuh-makassar-dinilai-hina-suku-tolaki-lat-lapor-polisi>
- Humas. (2020). *Pengelolaan Website*. <https://news.unismuh.ac.id/>
- Humas. (2023a). *Pernyataan Pers Unismuh tentang Pengeroyokan Mahasiswa di Lingkungan Kampus*. 29 Mei 2023.
- Humas. (2023b). *Skripsi Dianggap Menyinggung Suku Tolaki, Begini Klarifikasi Kaprodi Pendidikan Sosiologi Unismuh*. 11 April 2023. <https://news.unismuh.ac.id/2023/04/11/skripsi-dianggap-menyinggung-suku-tolaki-begini-klarifikasi-kaprodi-pendidikan-sosiologi-unismuh/>
- Unismuh. (2016). *Pengelolaan YouTube*. 17 Agustus 2016. <https://www.youtube.com/@univmuhammadiyahmakassar/featured>
- Unismuh. (2020). *Pengelolaan Instagram*. Juni 2020. <https://www.instagram.com/official.unismuh/>
- Unismuh. (2023). *Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Unismuh Makassar*. 8 Desember 2023.

https://www.instagram.com/p/C0IH4ixvcsI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Unismuh, H. (2021). *Pengelolaan Twitter*. Oktober 2021.
<https://twitter.com/officialunismuh>

Unismuh, H. (2022). *Pengelolaan TikTok*.
<https://www.tiktok.com/@unismuhmakassar>



L

A

M

P

I

R

A

N



PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan Untuk Kepala Bagian Humas:

1. Bagaimana Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus?
2. Apa langkah yang diambil Humas Universitas Muhammadiyah Makassar jika mendapat isu atau sebuah tindakan yang merusak nama kampus?
3. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalin kerjasama dengan media?
4. Apa penghambat yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalankan tugasnya?
5. Apa pendukung yang dimiliki oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalankan tugasnya?

Pertanyaan untuk staf:

1. Apakah Humas Universitas Muhammadiyah telah menjalankan tugasnya dengan baik?
2. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam pengelolaan media sosialnya? (Haerul Iman)
3. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam pengelolaan websitenya? (Nasrullah)

4. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam pengelolaan video dan youtube-nya? (Dede Sulaiman)
5. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melakukan evaluasinya?
6. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menjalin kerjasamanya dengan media eksternal? (Nasrullah)
7. Bagaimana Humas Universitas Muhammadiyah Makassar merespon dimedia sosialnya? (Haerul Iman)
8. Apakah video yang diupload berbeda disetiap platform meskipun hanya satu kegiatan? (Dede Sulaiman)
9. Bagaimana efisiensi penguploadan video di youtube? (Dede Sulaiman)
10. Apa yang menjadi penghambat Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam melaksanakan tugasnya?

Pertanyaan Untuk Mahasiswa:

1. Apa yang pertama kali terlintas jika mendengar kata Universitas Muhammadiyah Makassar?
2. Bagaimana pendapat anda tentang tugas-tugas yang dilakukan oleh Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menyampaikan berita kepada khalayak?
3. Bagaimana pendapat anda tentang penyebaran informasi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar melalui media sosial?

DOKUMENTASI



Wawancara Kepala Bagian Humas



Wawancara Staf Pengelola Youtube



Wawancara Staf Pengelola Website



Wawancara Staf Pengelola Media Sosial



Observasi Lapangan



Wawancara Mahasiswa FKIP



Wawancara Mahasiswa FEB





**Universitas
Muhammadiyah
Makassar**
Elegansi - Profesionalism - Entrepreneurship

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Faculty of Social and Political Sciences

Makassar Jln. Lantana - Jalan Sultan Maulana No. 259 Makassar 90031
Telp: (0411) 866 922 Fax: (0411) 865 588
Official Email: fisp@umsmuh.ac.id
Official Web: <https://fisp.umsmuh.ac.id>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 2792/FSP/A.1-VIII/XI/1444 H/2023 M
Lamp. : 1 (satu) Eksamplar
Hal : **Pengantar Penelitian**

Kepada Yth,
Bapak Rektor, Cq. Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh
Di -
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :

Nama Mahasiswa : Nur Anri
S t a m b u k : 10565 11020 20
J u r u s a n : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : Di Universitas Muhammadiyah Makassar
Judul Skripsi : ***“Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus ”***

Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih.

Jazakumullahu Khaerati Katziraati.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 29 November 2023
Ketua Jurusan IKOM

Syukri, S.Sos, M.Si
NBM :



Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia
Progress for the Nation and Humankind

Ilmu Administrasi Negara | Ilmu Pemerintahan | Ilmu Komunikasi
Public Administration | Government Studies | Communication Science



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 2887/05/C.4-VIII/XI/1445/2023

9 Rabiul Akhir 1445

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

29 Nopember 2023 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Bagian Humas dan Protokoler

Universitas Muhammadiyah Makassar

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 2792/FSP/A.1-VIII/XI/1445/2023 tanggal 29 Nopember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : NUR APNI

No. Stambuk : 10565 1102020

Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 4 Desember 2023 s/d 4 Februari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Muh. Arief Muhsin, M.Pd

NBM/1127761



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOLER
Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972



Surat Keterangan Selesai Meneliti

Nomor: 04/HUMAS/I/2024

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : Hadisaputra, S.Pd., M.Si
Jabatan : Kepala Bagian
Unit : Humas dan Protokoler
Instansi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Dengan ini menerangkan, bahwa:

Nama : Nur Apni
NIM : 105651102020
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas / Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian di Humas dan Protokoler Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 30 November 2023 sampai dengan tanggal 31 Desember 2023 dengan judul "**Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Mengolah Citra Kampus**"

Demikian surat keterangan ini dibua untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Nashrun Min Allah wa Fathun Qarib

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 5 Rajab 1445 H
17 Jan 2024 M

Kabag Humas dan Keprotokoleran,

HADISAPUTRA

NBM. 4000710;

Tembusan Kepada Yth:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Mahasiswa yang Bersangkutan

RIWAYAT HIDUP



NUR APNI. Dilahirkan di Benteng tepatnya di Kabupaten Kepulauan Selayar Sulawesi Selatan pada tanggal 28 Juli tahun 2002. Anak ke-3 (ketiga) dari tiga bersaudara pasangan Alm. Achmad Napi dan Naisa

Penulis mulai mengecap pendidikan formal Sekolah Dasar di SD Negeri Tile-Tile pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2014. Kemudian, pada tahun yang sama masuk ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Bontosikuyu dan tamat pada tahun 2017. Selanjutnya, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Selayar dan tamat tahun 2020. Pada tahun yang sama, Penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makasar sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Keinginan melanjutkan pendidikan hanya bermodalkan kemauan, dorongan keluarga dan tekad yang kuat, dan pada tahun 2024 penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Strategi Humas Universitas Muhammadiyah Maassar dalam Mengelola Citra Kampus dapat terselesaikan dengan lancar. Demikian riwayat hidup penulis semoga ada manfaatnya. Penulis menyelesaikan kuliah Strata satu (S1) pada tahun 2024.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nur Apni
Nim : 105651102020
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	4 %	10 %
2	Bab 2	12 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 24 Januari 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



AB I Nur Apni 105651102020

ORIGINALITY REPORT

4%	2%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Institut Agama Islam Negeri Curup Student Paper	2%
2	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%
Exclude bibliography On



B II Nur Apni 105651102020

ORIGINALITY REPORT

12% SIMILARITY INDEX **14%** INTERNET SOURCES **3%** PUBLICATIONS **6%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	4%
2	coretanpena-afria.blogspot.com Internet Source	2%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
4	rikzympr.blogspot.com Internet Source	2%
5	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%

Exclude quotes Exclude matches < 2%
 Exclude bibliography

BAB III Nur Apni 105651102020

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX 9% INTERNET SOURCES 2% PUBLICATIONS 5% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Similarity
1	repositori.uma.ac.id Internet Source	3%
2	perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	2%
4	es.scribd.com Internet Source	2%
5	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%
 Exclude bibliography On

BAB IV Nur Apni 105651102020

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX **9%** INTERNET SOURCES **0%** PUBLICATIONS **5%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** digilibadmin.unismuh.ac.id
Internet Source **5%**
- 2** p2k.stekom.ac.id
Internet Source **4%**

Exclude quotes On Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



AB V Nur Apni 105651102020

ORIGINALITY REPORT

0% SIMILARITY INDEX	0% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes On
Exclude bibliography On
Exclude matches < 2%

