

Manajemen Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Ptain) dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UIN Jakarta)

Nurhanifah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: nurhanifah@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen humas perguruan tinggi agama islam negeri (ptain) dalam pencitraan organisasi (studi komparatif uin-su dan uin jakarta). Metode yang digunakan yaitu kualitatif komparatif. Adapun hasil penelitian yaitu : 1. Perencanaan Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UIN-Jakarta Dan UIN- Jakarta) , Dalam hal ini ada ada perbedaan Perencanaan yang telah dibuat oleh Humas UIN-SU belum menghasilkan bukti kinerja yang mendukung visi dan misi niversitas. Namun demikian, upaya Humas UIN-SU untuk bekerja secara maksimal sudah dilakukan dengan memanfaatkan dukungan dan sumber daya yang ada sementara Humas UIN-Jakarta memprioritaskan perencanaan program kerja yang mendukung visi dan misi universitas. 2. Perbandingan Persepsi Pimpinan tentang Peran Penting Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UINJakarta. Dalam konteks perencanaan program kerja, terdapat perbedaan yang mencolok antara Program Kerja Humas UINSU dan UIN-Jakarta. Terdapat banyak sekali perbedaan antara Humas UIN-SU dengan Humas UIN-Jakarta, terutama dalam hal pelaksanaan program kerja. Humas UIN-Jakarta lebih terdepan dan lebih siap dalam menjalankan program kerja. Dapat dikatakan bahwa Humas UIN-Jakarta sudah lebih mapan dan profesional. 3. hambatan Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UIN-Jakarta. Berbeda halnya dengan Humas UIN-Jakarta. Walaupun Humas UIN-Jakarta masih membutuhkan penambahan SDM, namun sejauh ini mereka mampu menjalankan tanggung jawabnya dengan optimal. Kebutuhan untuk menambah jumlah tenaga Humas semata-mata untuk bisa menjangkau lebih luas untuk seluruh pekerjaan Humas di kampus.

Kata Kunci: *Manajemen, Humas, PTKIN, Pencitraan Organisasi*

Abstrak

This study aims to determine the management of public relations of state Islamic religious universities (ptain) in imaging the organisation (comparative study of uin-su and uin jakarta). The method used is comparative qualitative. The results of the study are: 1. Public Relations Planning of State Islamic Religious Universities in Organisational Imaging (Comparative Study of UIN-SU and UIN-Jakarta and UIN- Jakarta), In this case there are differences in the planning that has been made by UIN-SU Public Relations has not produced evidence of performance that supports the vision and mission of the university. However, UIN-SU's PR efforts to work optimally have been done by utilising existing support and resources while UIN-Jakarta's PR prioritises planning work programs that support the vision and mission of the university. 2. Comparison of Leaders' Perceptions of the Important Role of Public Relations of State Islamic Religious Universities in Organisational Imaging (Comparative Study of UIN-SU and UINJakarta). In the context of work programme planning, there is a striking difference between the UIN-SU and UIN-Jakarta Public Relations Work Programmes.

There are many differences between UIN-SU Public Relations and UIN-Jakarta Public Relations, especially in terms of work programme implementation. UIN-Jakarta's PR is more advanced and better prepared in running the work programme. It can be said that UIN-Jakarta Public Relations is more established and professional. 3. Public Relations Barriers of State Islamic Universities in Organisational Imaging (Comparative Study of UIN-SU and UIN-Jakarta). It is different with UIN-Jakarta Public Relations. Although UIN-Jakarta Public Relations still needs additional human resources, so far they are able to carry out their responsibilities optimally. The need to increase the number of PR personnel is solely to be able to reach more widely for all PR work on campus.

Keywords: *Management, Public Relations, PTKIN, Organisational Imaging*

PENDAHULUAN

Di zaman yang serba canggih ini disertai dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi, segala fenomena sosial yang terjadi di masyarakat mendapat perhatian lebih serius dari masyarakat. Masyarakat saat ini sudah meninggalkan masa keterbelakangannya dan bahkan semakin kritis dalam segala bidang baik itu bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang lainnya termasuk bidang pendidikan. Dalam bidang pendidikan, ilmu pengetahuan akan terus menerus berkembang dan perubahan disetiap saat berjalan sangat cepat. Keadaan tersebut akan sangat berpengaruh terhadap lembaga pendidikan di tanah air, baik lembaga pendidikan formal dari tingkat sekolah dasar sampai perguruan tinggi maupun lembaga non formal seperti LP3I, school of bisnis (SOB) dan lembaga pendidikan sejenisnya.

Dengan keadaan saat ini menuntut lembaga-lembaga pendidikan menjadi lembaga pengemban amanat ilmu pengetahuan untuk menjawab keberadaannya secara ideal. Lembaga-lembaga pendidikan tersebut seharusnya bisa menempatkan diri dan melaksanakan manajemen secara baik agar selalu siap mengikuti perubahan yang secara terus menerus. Membangun sektor pendidikan tidak pernah akan mencapai tujuan akhir yang sempurna dan final. Hal ini terjadi karena konteks pendidikan selalu dinamis, berubah atau tidak pernah konstan, sesuai dengan perubahan masyarakat, ilmu pengetahuan dan teknologi. Terlebih-lebih pada era global saat ini karena arus informasi secara survival bebas keluar-masuk di wilayah semua negara. Keterbukaan dalam berbagai sistem kehidupan secara terus menerus akan menjadi wacana dan cita-cita yang penting bagi kehidupan masyarakat.

Oleh karena itu, seharusnya lembaga pendidikan bergegas meningkatkan kualitasnya dan semakin dituntut memberikan manajemen dan layanan yang profesional kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap bidang pendidikan. Masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan saat ini lebih kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan. Sikap masyarakat seperti itu menuntut lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan image yang positif lembaganya di mata masyarakat.

Untuk menjaga image yang positif lembaga pendidikan dibutuhkan profesionalisasi para praktisi Humas di lembaga pendidikan tersebut dalam memajemen kehumasan, karena peran dan fungsi Humas (public relations) tidak dapat dipisahkan dari opini publik. Disebabkan fungsi Humas diantaranya mengelola opini publik guna menumbuhkan kemauan baik, partisipasi, dan keterlibatan dari publik dalam rangka menciptakan opini publik yang baik. Terciptanya opini publik didasarkan saling mempercayai adanya kesadaran akan kebutuhan bersama, tugas praktisi Humas mengelola opini publik agar kesan masyarakat terhadap lembaga pendidikan menjadi positif (Nasution, 2006).

Kondisi ini dikarenakan Manajemen public relations belum diterapkan sebagaimana mestinya, bahkan masih dianggap sebagai badan yang menghabiskan anggaran, yang seharusnya mendapatkan banyak keuntungan. public relations ditempat kelahirannya yaitu Amerika Serikat telah membuktikan manfaatnya, sehingga setiap organisasi atau lembaga baik besar ataupun kecil, banyak yang rela dan tidak ragu-ragu mengeluarkan uang untuk

kepentingan public relations. Bahkan pimpinan Harvard University sengaja untuk mengkontrak pakar Humas yang sangat berkompeten untuk mempublikasi kampus tersebut.

Kegiatan Manajemen Humas di perguruan tinggi meskipun tidak dianggap sebagai panglima, namun dalam realitanya untuk saat ini dianggap sangat penting terutama dalam mengkonstruksi image atau citra yang positif terhadap masyarakat. Hampir setiap perguruan tinggi berkompetisi untuk menunjukkan eksistensinya di mata masyarakat dengan menampilkan berbagai kelebihan-kelebihan untuk meningkatkan nilai jual kepada masyarakat.

Perguruan tinggi merupakan lembaga non profit, akan tetapi lembaga ini sangat membutuhkan kehumasan dalam mempromosikan citra positif sebagai salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan perguruan tinggi yang harus dipilih. Citra atau image menjadi salah satu yang sangat penting untuk dijual kepada calon konsumen. Seperti yang dijelaskan Philip Kotler, citra adalah seperangkat keyakinan ide, kesan, yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Keyakinan terhadap obyek seharusnya dengan cara menyampaikan suatu tawaran yang tepat, penyampaian pesannya harus menimbulkan efek yang positif dan menimbulkan citra yang positif (Suryanto, 2016).

Kajian tentang pencitraan perguruan tinggi, pernah diteliti oleh penulis sendiri dengan judul Public Relations dalam Pencitraan Institusi Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Peran PR/Humas di UIN SU selama ini hanya diartikan sebagai kegiatan pengumpulan kliping koran, memoto, dokumentasi. Di perparah lagi saat pimpinan memilih seorang yang duduk dikehumasan adalah orang-orang yang tidak berlatarbelakang pendidikan public relations/kehumasan atau komunikasi, seharusnya Humas itu menjadi bagian dari pengambilan keputusan dalam organisasi dan bukan lagi sekedar berperan sebagai publikasi, kliping koran dan memfoto-foto kegiatan universitas saja atau sebagai teknik komunikasi (communication technician) akan tetapi Humas itu dianggap orang yang profesional yang melakukan peran membantu pimpinan universitas dalam menjalin hubungan yang baik antara universitas dengan stakeholdernya.

Berdasarkan informasi bahwa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta berhasil menempati ranking tertinggi dalam pemeringkatan UniRank atau sebelumnya dikenal dengan 4 International Colleges and Universities (4ICU). Selain itu, UIN Jakarta juga berhasil duduk dalam urutan kompetitif di antara urutan berbagai perguruan tinggi nasional terkemuka yang diperingkat salah satu lembaga pemeringkat populer saat ini. Dalam ranking perguruan tinggi yang dirilis <http://www.4icu.org/id/> per Juli 2017, UniRank menempatkan UIN Jakarta pada posisi 13 besar perguruan tinggi terbaik di Indonesia.

Posisi citra UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih baik dibandingkan dengan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) dan Universitas Islam Negeri Jakarta (UIN-Jakarta) merupakan lembaga pendidikan tinggi juga mengembangkan amanat membangun sumberdaya manusia Indonesia yang Islami, berkarakter, berbudaya, adaptif, dan antisipatif terhadap perkembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan/atau Seni (IPTEKS). Dalam era globalisasi, pendidikan tinggi menghadapi tantangan berat karena dinamika perubahan yang cepat baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional. Oleh karena itu perguruan tinggi, termasuk UIN SU harus mampu menjawab tantangan tersebut dengan melaksanakan tugas, fungsi dan peran dengan ekstra serius dan sungguh-sungguh. Ini penting agar upaya yang dilakukan dalam kurun waktu 10-15 tahun mendatang sesuai dengan kondisi dan perkembangan insitusi sebagai acuan dasar bagi segenap sivitas akademika.

Merujuk pada apa yang dikemukakan, dapat dipastikan bahwa kampuskampus bergengsi di dunia sepenuhnya tergantung pada PR yang ada di dalam kampus tersebut, sehingga mampu membangun komunikasi kepada publik untuk meyakinkan bahwa kampus-kampus tertentu merupakan sebuah kampus yang baik dan layak untuk dijadikan sebagai pilihan dalam menuntut ilmu. Menyadari pentingnya PR dalam upaya memperkuat penyebaran insitusi pendidikan di Indonesia juga PR telah lama dikenal dan dijadikan

sebagai basis komunikasi publik oleh perguruan tinggi terkemuka, yang menjadi referensi lembaga pendidikan di Indonesia seperti Universitas Indonesia (UI), Universitas Gadjah Mada (UGM), Institut Teknologi Bandung (ITB) dan lainnya. Kampus-kampus yang disebut merupakan kampus-kampus yang menjadi PR sebagai bagian dari lahan promosi untuk memperkenalkan diri kepada publik, terutama dalam membangun image yang baik di masyarakat. Peran PR yang baik pada lembaga pendidikan yang disebut telah menempatkan kampus-kampus yang disebut sebagai role model lembaga pendidikan di Indonesia, yang mana dalam segala bentuk persoalan pendidikan merujuk pada kampus tersebut (Hardjasoematri, 1982).

Untuk konteks Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di Indonesia tampaknya yang dapat dikemukakan sebagai referensi dalam pemanfaatan PR sebagai upaya pembangunan citra kampus yang dikenal luas di masyarakat adalah UIN Syarif Hidayatullah, UIN Sunan Kalijaga, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan lainnya. Lembaga pendidikan Islam yang dikemukakan ini dapat disebut menjadi acuan bagi pengembangan UIN yang ada di daerah lainnya di seluruh Indonesia. Untuk itu, dapat dipastikan bahwa PR yang dibangun pada lembaga pendidikan Islam ini telah berhasil membangun good images PTAIN sebagai lembaga pendidikan terkemuka, sehingga lembaga pendidikan ini tidak hanya mampu meyakinkan masyarakat tentang kompetensi yang dimiliki kampus, tetapi juga mampu menjadi referensi bagi pengembangan UIN di daerah lainnya (Baqir, 2015).

Mengacu pada apa yang dikemukakan tentu menarik untuk melihat Manajemen PR yang dibangun PTAIN lainnya seperti UIN Sumatera Utara (UIN SU) dan membandingkan apa yang dilakukan oleh UIN Syarifhidayatullah Jakarta dalam membangun image di hadapan publik sebagai lembaga pendidikan yang baru diresmikan sebagai universitas. Akan tetapi, UIN SU sebagai lembaga pendidikan telah lama berdiri, maka tentu eksistensi UIN SU sebagai PTAIN di Sumatera Utara memiliki pengaruh dan kontribusi yang cukup signifikan, terutama berkaitan dengan bidang keagamaan, sebab UIN SU terutama unsur yang ada di dalamnya seperti dosen merupakan bagian kelompok yang aktif di masyarakat, sebab peran yang paling banyak dilakukan unsur UIN SU di masyarakat, terutama pada wilayah keagamaan merupakan bagian tersendiri menunjukkan bahwa dari image yang dimiliki UIN SU merupakan sebuah bentuk penerimaan masyarakat terhadap UIN SU. Maka dari pada itu tujuan penelitian ini manajemen humas perguruan tinggi agama islam negeri (ptain) dalam pencitraan organisasi (studi komparatif uin-su dan uin jakarta).

METODE

Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif karena teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Peneliti kualitatif percaya bahwa "kebenaran" (truth) adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang dalam interaksi dengan situasi sosial kesejarahan (Ardiantro, 2010). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan fenomenologis, yaitu pendekatan yang berupaya memahami dan menjelaskan fenomena yang terjadi dan muncul dipermukaan. Dengan demikian peneliti berusaha mencatat, melukiskan, menguraikan dan melaporkan berbagai hal yang ada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jl. Williem Iskandar Pasar V. Medan Estate- 20731 dan UIN Jakarta di Jl. Ir. H. Djuanda No. 95, Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Bnaten 15412 berkenaan dengan manajemen Humas perguruan tinggi agama Islam negeri dalam pencitraan organisasi.

Data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang dijadikan sebagai bahan telaah utama dalam penelitian ini. Sumber data primer dalam penelitian ini ialah Kepala Hubungan Masyarakat (Kahumas). Pimpinan UIN SU dan UIN Jakarta tersebut menjadi informan kunci (key informan). Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah data tambahan atau data pendukung bagi data primer yang bersumber dari jurnal, buku dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan objek penelitian, dan dari stakeholders perguruan tinggi itu sendiri.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dengan tiga cara yaitu: 1. Wawancara Mendalam (In depth interview). wawancara adalah percakapan dan proses tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara yang dilakukan peneliti langsung dengan informan yaitu Subbag Humas dan pimpinan UIN SU dan UIN Jakarta dan Subbag Humas di lokasi penelitian. 2. Observasi (pengamatan). Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan secara langsung dengan terjun kelapangan melihat kegiatan- kegiatan yang dilakukan Humas UIN-SU dan UIN Jakarta. 3. Dokumentasi. Dalam hal ini peneliti menggunakan data dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini, misalnya program kerja publik relations /humas UINSU dan UIN Jakarta dan didukung oleh tulisan-tulisan terkait, seperti buku profil untuk mendapatkan bagaimana struktur organisasi, blue print, bukubuku, jurnal yang diakui ilmiahnya.

Dalam penelitian menggunakan metode analisis data menurut Spradley maka data dilaksanakan langsung di lapangan bersama-sama dengan pengumpulan data. Ada empat tahap yang diselingi dengan pengumpulan data yaitu : (a). Analisis domein, (b). Analisis taksonomi, (c). Analisis komponen, dan (d). Analisis tema. uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi peneliti, metode, teori dan sumber data. Dengan mengacu kepada Denzin maka pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan ini akan memanfaatkan peneliti, sumber, metode dan teori (Bungin 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Perbandingan Perencanaan Humas UIN-SU dan UIN-Jakarta

Indikator	UIN-SU	UIN-SU UIN-Jakarta
Orientasi Perencanaan	Aksi, tugas pokok Humas.	Perbaikan manajemen dan kualitas internal Humas.
Pola Kerja	Koperatif, semiprofesional. Masih menyesuaikan ritme kerja. Belum tersistematis, perlu memperbaiki koordinasi.	Pro-aktif, independen, profesional. Ritme kerja sudah konsisten. Sudah tersistematis, perlu menjaga koordinasi
Sop	Belum menjalankan tugas dan fungsinya berdasarkan SOP	Telah menjalankan tugas dan fungsinya berdasarkan SOP, di antaranya: SOP Publikasi, SOP Pelayanan Masyarakat Umum, SOP Penerimaan Tamu, SOP Dokumentasi, dan SOP Tata Tempat, Upacara & Penghormatan, Kegiatan Akademik & Non Akademik, dan Upacara Lainlain.
Dukungan terhadap Visi dan Misi Universitas	Belum optimal.	Cukup optimal.
Ketersediaan SDM	Belum mencukupi kebutuhan baik secara kuantitas maupun kualitas.	Cukup memenuhi kebutuhan secara kualitas, kurang secara kualitas.
Media Pencitraan Kampus	Semua media cetak dan elektronik, konvensional dan digital	Semua media cetak dan elektronik, konvensional dan digital
Karakteristik	Koperatif, semiprofesional	Pro-aktif, independen, profesional
Modal Strategis	Hubungan kerja dengan media massa	Sangat protokoler, ada SOP, dan ada spesialisasi

tugas masing-masing
anggota Humas

Program kerja yang direncanakan oleh Humas UIN-SU dan UIN-Jakarta menunjukkan perbedaan yang signifikan. Program dan alur kerja yang direncanakan nantinya akan mempengaruhi pola kerja dan karakter Humas masing-masing. Humas UIN-SU sejauh ini memiliki perencanaan kerja yang baik, berorientasi ke aksi dan produk, namun belum secara substansial berorientasi pada perbaikan manajemen dan kualitas internal Humas sedangkan UIN-jakarta Sejahtera ini dapat dianalisis ada faktor besar yang mengakibatkan kinerja Humas UIN-Jakarta lebih baik dan ideal adalah: (1) faktor prosedural, karena Humas UIN-Jakarta telah memiliki dan menjalankan rencana kerja sesuai SOP; (2) faktor profesionalisme, karena anggota Humas UIN-Jakarta telah bekerja secara pro-aktif, independen, dan profesional dengan tupoksi (tugas pokok dan fungsi) masing-masing. Faktor inilah yang belum tampak pada kinerja Humas UIN-SU sehingga bukti-bukti kinerjanya sulit diukur. Dalam konteks fungsi Humas sebagai pembangun citra universitas, Humas UIN Jakarta telah bekerja lebih baik ketimbang Humas UIN-SU.

Analisis Perbandingan Persepsi Pimpinan tentang Peran Penting Humas UIN-SU dan UIN-Jakarta

Indicator	Uinsu	UIN-Jakarta
Pengorganisasian	Belum terorganisir, terutama SDM.	Lebih terorganisir.
Kepemimpinan	Belum optimal.	Cukup optimal
Komunikasi dan Koordinasi	Belum ideal.	Ideal.
Kinerja	Belum memuaskan	Memuaskan
Status Humas dalam Struktural	Perlu ditingkatkan	Perlu ditingkatkan
Penilaian dan Kesan Pimpinan	Optimisme.	Optimism

Berdasarkan dianalisis bahwa persepsi pimpinan terhadap Humas di masing-masing universitas menunjukkan tingkat kepuasan dan optimisme yang berbeda. Pimpinan UINSU merasa belum merasakan kinerja Humas UIN-SU yang ideal seperti yang dirasakan oleh pimpinan Humas UIN-Jakarta. Namun keduanya memiliki optimisme yang tinggi tergantung situasi dan kebutuhan masing-masing Humas.

Analisis Perbandingan Tantangan Humas UIN-SU dan UIN-Jakarta

Indicator	Uinsu	UIN-Jakarta
SDM	Kekurangan penulis dan ahli teknologi media	Kekurangan jumlah anggota
Produktivitas	Kurang produktif	produktif
Fasilitas	Kurang	Cukup
Anggaran	minim	Cukup
Kemandirian	Bergantung pada media massa komersil	Cukup mandiri dengan media sendiri
Konsistensi Pekerjaan	Belum konsisten	Cukup konsisten
Hubungan Humas dengan Pimpinan Universitas	Perlu menata komunikasi dan koordinasi.	Perlu menjaga koordinasi
Harapan	Peningkatan status dari Sub Bagian menjadi Bagian	Peningkatan status dari Sub Bagian menjadi Bagian

Berdasarkan tabel di atas terdapat perbandingan yang sangat signifikan terkait tantangan Humas UIN-SU mengalami kekurangan SDM yang kompeten baik secara kuantitas maupun kualitas. Hal itu menjadi hambatan utama karena kurangnya penulis berita yang handal. Akibatnya Humas UIN-SU menjadi kurang produktif mempublikasi berita dan informasi seputar kampus melalui berbagai media. Berbeda halnya dengan Humas UIN-Jakarta. Walaupun Humas UIN-Jakarta masih membutuhkan penambahan SDM, namun sejauh ini mereka mampu menjalankan tanggung jawabnya dengan optimal. Kebutuhan untuk menambah jumlah tenaga Humas semata-mata untuk bisa menjangkau lebih luas untuk seluruh pekerjaan Humas di kampus. Bagi Humas UIN-Jakarta, justru yang menjadi fokus ke depan adalah meningkatkan kualitas SDM.

SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil perbandingan yang sangat signifikan antara Humas UIN-SU dengan UIN-Jakarta baik dari segi perencanaan, persepsi dan tantangan. Segi Perencanaan yang telah dibuat oleh Humas UIN-SU belum menghasilkan bukti kinerja yang mendukung visi dan misi universitas. Namun demikian, upaya Humas UIN-SU untuk bekerja secara maksimal sudah dilakukan dengan memanfaatkan dukungan dan sumber daya yang ada sementara Humas UIN-Jakarta memprioritaskan perencanaan program kerja yang mendukung visi dan misi universitas.

Perbandingan Persepsi Pimpinan tentang Peran Penting Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UIN Jakarta). Dalam konteks perencanaan program kerja, terdapat perbedaan yang mencolok antara Program Kerja Humas UINSU dan UIN-Jakarta. Terdapat banyak sekali perbedaan antara Humas UIN-SU dengan Humas UIN-Jakarta, terutama dalam hal pelaksanaan program kerja. Humas UIN-Jakarta lebih terdepan dan lebih siap dalam menjalankan program kerja. Dapat dikatakan bahwa Humas UIN-Jakarta sudah lebih mapan dan profesional.

hambatan Humas Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dalam Pencitraan Organisasi (Studi Komparatif UIN-SU dan UIN-Jakarta. Berbeda halnya dengan Humas UIN-Jakarta. Walaupun Humas UIN-Jakarta masih membutuhkan penambahan SDM, namun sejauh ini mereka mampu menjalankan tanggung jawabnya dengan optimal sedangkan Humas UIN-SU kurang optimal serta anggaran yang dikelola sejauh ini masih cukup untuk menjalankan fungsi Humas, namun kedepannya perlu ditambah agar mendukung kebutuhan Humas terkait pengeluaran dan fasilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro.2010. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asari,Hasan dkk, 2015/2016. Buku Panduan Akademik Universitas Islam Negeri SumateraUtara , ,,2015/2016, Medan,.
- Bungin, Burhan.2003 Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Kearah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Media Relations Konsep. 2010. Strategi & Aplikasi Ruang Gerak Universitas. Bandung: Mizan Pustaka. 2005. Ekawati, Ratna, "Pemanfaatan Website Oleh Kehumasan", Tesis Universitas Gadjah Mada Studi kasus di Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gusti I,Putra Ngurah.2008. Manajemen Hubungan Masyarakat. Jakarta : Universitas Terbuka
- Hardjasoemantri, Koesnadi.1982. Study-Service As A Subsystem In Indonesian Higher Education Jakarta: Balai Pustaka
- Hasan,Mohammad ,2017. Manajemen Public Relations Dalam Membangun Citra dan Kontestasi Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta : Study Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh.Kholil Bangkalan, Dalam Nuansa Vol 14 No 1
- Kasali, Rhenald.1994. Manajemen Public Relations Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafit.

- . Kriyantono, Rachmat.2009. Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal, Aplikasi Penelitian Dan Praktik. Jakarta: Kencana. 2014. Lee, Mordecai, "The Return of Public Relations to the Public Administration Curriculum", dalam Journal of Public Affair Education, Vol. 15 No. 4.
- Luqman, Yanuar, 2008. Peran dan Posisi Public Relations Sebagai Fungsi Manajemen di Perguruan Tinggi, Penelitian : Program Studi Diploma III Ilmu Komunikasi.
- Rini, Kurnia Setiyo, 2017. Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo, Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi, Dalam JISIP Vol 1 No.6.
- Rudy, Teuku May. 2018. Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat Internasional. Bandung: PT Refika Aditama.
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta. 2008. Dasar-Dasar Public Relations Teori & Praktik. Jakarta: PT. Grasindo. 2004.