

## EFEKTIVITAS STRATEGI PUBLIC RALATION DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI STAIN MANDAILING NATAL

**Winda Meliana Hasibuan**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal  
[windamelianahasibuan@gmail.com](mailto:windamelianahasibuan@gmail.com)

### ABSTRAK

*Sebuah perguruan tinggi pasti memiliki permasalahan-permasalahannya tersendiri, begitu juga dengan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Penting sekali untuk menjaga citra positif dari perguruan tinggi karena untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dibutuhkan berbagai strategi yang berkesinambungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengalisa efektivitas strategi yang digunakan oleh seorang public relation di Sekolah Tinggi Islam Negeri Mandailing Natal dalam upaya meningkatkan citra positif dengan menggunakan perkembangan media sosial yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi nonpartisipan. Hasil penelitian strategi yang digunakan public relation dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam meningkatkan citra positif dengan menggunakan perkembangan media sosial yang ada menggunakan empat tahapan strategi komunikasi yaitu Mendefenisikan masalah, Perencanaan dan pemrograman, Mengambil Tindakan dan berkomunikasi, serta yang terakhir adalah Evaluasi program.*

**Kata kunci:** *Media Sosial, Humas, Komunikasi dan Manajemen.*

### ABSTRAK

*A university must have its own problems, as well as the Mandailing Natal State Islamic Collage. It is very important to have a positive image from universities because to gain the trust of the community, various sustainable strategies are needed. This study aims to analyze the effectiveness of the strategy used by a public relatios officer at the Mnadailing Natal State Islamic High School in an effort to increase a positive image by using existing social media developments. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The data*

*collection techniques used were interviews and non-participant observations. The results of the research strategy used public relations from the Mandailing Natal State Islamic High School in improving a positive image by using the development of existing social media using four stages of communication strategies, namely defining the problem. Planning and programming, Taking Action and communicating, and the last one is Program evaluation.*

***Keywords: Social Media, Public Relations, Communication and Management.***

## **PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan pengetahuan dan keterampilan yang sangat penting dan berguna bagi setiap orang. Dengan berkomunikasi, seseorang dapat berkomunikasi intrapribadi atau berkomunikasi dengan diri sendiri, mengenal diri sendiri, meyakinkan diri sendiri mempersiapkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada orang lain, mengambil keputusan setelah dipertimbangkan dan menilai atau mengevaluasi diri sendiri kepada orang lain. Selain komunikasi intrapribadi, seseorang juga dapat berkomunikasi antarpribadi yaitu berinteraksi dengan orang lain, menilai orang lain, dan mengungkapkan diri sendiri kepada orang lain. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat terlepas dari komunikasi. Komunikasi adalah hal yang melekat pada manusia, sehingga komunikasi perlu untuk diperdalam pengkajiannya agar dapat terealisasi dengan cara yang baik dan benar.

### **Pengertian komunikasi.**

Dibawah ini akan dipaparkan beberapa pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi diantaranya sebagai berikut:<sup>1</sup>

1. Shanon dan Weaver : Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.

---

<sup>1</sup> Punco, Dewi. *Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018), hlm. 3-4.

2. David K Lasswell : Komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.
3. Anwar Arifin : Komunikasi merupakan sebuah konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan komunikasi sebagai proses sosial. Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.
4. Prof. Dr. Alo Liliweri : suatu pengalihan pesan dari suatu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.
5. Lexicographer : Komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.

Proses komunikasi ditujukan untuk menciptakan penyampaian suatu pesan kepada orang lain, yaitu dengan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif artinya bila terjadi pengertian, menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, dan perubahan perilaku. Komunikasi yang efektif juga dapat diartikan terjadi bila ada kesamaan antara kerangka berpikir dalam bidang pengalaman antara komunikator dengan komunikan. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif maka diperlukan persiapan-persiapan secara matang terhadap seluruh komponen proses komunikasi, yaitu komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, efek serta umpan balik.<sup>2</sup>

Komunikasi dalam kehidupan manusia menempati posisi strategis. Tidak mungkin manusia dapat tumbuh dan berkembang secara sehat tanpa komunikasi. Tidak mungkin suatu masyarakat dapat dijaga, terpelihara dan berkesinambungan tanpa adanya komunikasi. Dalam salah satu aksioma komunikasi yang dikemukakan Bower dan Bradac dinyatakan bahwa kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*We can't communicate*).

---

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 5.

Sejak zaman dahulu komunikasi selalu mengalami perubahan demi perubahan atau yang biasa kita sebut-sebut sebagai revolusi. Dalam media komunikasi dibagi menjadi dua media yaitu media lama dan media baru. Televisi, surat kabar, radio, dan film disebut sebagai media lama. Media lama sering diarahkan pada kemampuan untuk mengarahkan masyarakat, dalam arti memberi informasi, Pendidikan, control serta pengawasan.<sup>3</sup>

Media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan. Komunikasi dirancang sedemikian rupa agar dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikator. Untuk menjadikan proses komunikasi berjalan dengan lancar maka dalam penyampaian pesan harus disampaikan secara singkat, padat dan tepat serta memiliki daya tarik untuk komunikatornya baik dalam intonasi suara, mimik wajah atau bahkan desain komunikasinya.<sup>4</sup>

Didalam suatu organisasi pasti memiliki fungsi manajemen yang dijalankan atau yang biasa disebut-sebut sebagai POAC. POAC merupakan singkatan dari *Planning, Organizing, Actuating and Controlling*. *Planning* adalah sebuah perencanaan yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. *Organizing* adalah proses pengorganisasian atau penyesuaian masing-masing bagian dari setiap anggota organisasi yang sesuai dengan keterampilan dan keahlian masing-masing. Pengorganisasian dilakukan agar setiap anggota dapat bekerja dengan maksimal sesuai dengan tugas pokok dan fungsi mereka. Yang ketiga adalah *Actuating, actuating* atau pelaksanaan harus dilakukan dengan baik dan benar serta sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Selanjutnya ada *Controlling* yaitu pengawasan, tugas untuk mengawasi biasanya dilakukan oleh manajer atau pimpinan organisasi.

Dalam sebuah organisasi pasti memiliki kegiatan manajemen, baik itu manajemen terstruktur maupun tidak. Dalam kegiatan manajemen juga

---

<sup>3</sup> Widodo Muktiyo, *Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan*. (Surakarta: UNS PRESS, 2016), hlm 13.

<sup>4</sup> Gusmia Arianti, *Media Komunikasi Distruktur Politik, Agama, dan Pembangunan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2009), hlm 19.

dibutuhkan komunikasi yang baik, komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu organisasi. Komunikasi dalam suatu organisasi dapat menentukan iklim didalam organisasi tersebut. Untuk menjalankan sebuah organisasi maka komunikasi perlu untuk dijaga dan terus diperbaiki agar iklim dalam organisasi dapat terbangun secara harmonis.

Dalam komunikasi peran seorang *public relation* atau Humas sangatlah penting. *Public relation* dalam makna yang sederhana adalah tatap muka (hubungan) antara kelompok-kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. Istilah *public relation* atau disingkat dengan PR, atau disebut juga *provincial*, secara umum sebagai hubungan masyarakat yang disingkat dengan humas. Menurut Moore (2004), istilah hubungan dengan masyarakat mencakup hubungan dengan masyarakat luas, baik melalui publisitas khususnya fungsi-fungsi organisasi dan sebagainya berkaitan dengan usaha menciptakan opini public dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.

### **Defenisi public relations**

*Public Relations* adalah manajemen dari berbagai hubungan antara suatu Lembaga dengan publiknya. *Public relations* bukan lagi sekedar gambaran tentang berbagai jenis hubungan yang telah ada, namun merupakan aktivitas praktik *me-manage* dan bekerja dengan legitimasi dan meningkatkan atau memperbaiki hunungna-hubungan tersebut. Produk atau hasil dari kegiatan *Public relation* ini sendiri sering disebut *image* atau citra. Citra sebuah organisasi sangat penting artinya dalam memperoleh dukungan dari masyarakat terutama dalam rangka mendukung tujuan yang telah ditetapkan. *Image* secara sederhana adalah gambaran dari masyarakat dan organisasi terhadap suatu organisasi itu sendiri.<sup>5</sup>

*Public relation* merupakan pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi. *Public relation* adalah seni menciptakan pengertian public yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu individu atau organisasi. *Public relation* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis

---

<sup>5</sup> Edy Syaputra, *Public Relations*, (Medan: USU Press, 2011), hlm 3.

kecenderungan, memprediksi konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik kegiatan organisasi maupun kepentingan publik atau umum. Seorang *public relation* memiliki tanggung jawab yang besar dalam keberlangsungan suatu organisasi. Kesuksesan seorang *public relation* lebih sulit untuk diukur daripada seorang marketing karena *public relation* menggunakan jangka waktu kerja yang panjang.

Jika suatu organisasi terlihat aktif, bertanggungjawab dan menciptakan manfaat bagi masyarakat, maka orang-orang akan tertarik untuk bergabung. Hal yang sebaliknya, jika suatu organisasi bernuansa mencurigakan, tidak disukai para publik, tidak didukung penuh oleh anggota organisasi, dan kemungkinan suksesnya kecil, maka publik juga tidak akan tertarik. Seorang *public relation* memiliki tugas untuk menciptakan kesan dan citra yang baik pada masyarakat atau publik. Tugas dari seorang PR sangatlah kompleks, seorang *public relation* tidak hanya merancang *image* dari luar tetapi seorang *public relation* juga harus mampu menguasai publik internal dan publik eksternal.<sup>6</sup>

*Public relation* memiliki sasaran utama yaitu publik, yaitu sekelompok orang baik dalam satu wilayah maupun yang tersebar, yang mempunyai satu kepentingan atau masalah yang sama dan memerlukan penyelesaian. Ada dua macam publik, yaitu *internal public* dan *eksternal public*. *Internal public* adalah orang-orang atau kelompok yang berada di dalam organisasi. Sedangkan, *external public* adalah orang atau kelompok orang yang berada di luar organisasi, yang mempunyai kepentingan dan masalah dalam hubungannya dengan organisasi tersebut.

Peran seorang *public relation* dalam suatu organisasi sangatlah penting, secara umum peran *public relation* adalah menjalankan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Peran profesi *public relation* semakin bias tanpa adanya spesialisasi profesi sehingga diharapkan seorang praktisi PR memahami

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm 8.

peranannya dengan baik, bukan hanya sekedar pelengkap kerja dan pekerjaan rangkap seorang sekretaris direksi.<sup>7</sup> Oleh sebab itu seorang *public relation* dituntut untuk selalu peka terhadap kondisi dari suatu organisasi, seorang *public relation* juga harus memiliki pemikiran yang kreatif dan juga harus selalu berinovasi dari masa ke masa. Untuk menguasai publik seorang PR memiliki strategi yang digunakan. Setiap organisasi atau perusahaan pasti memiliki strategi tersendiri yang digunakan untuk menguasai sasaran mereka. Setiap individu, organisasi atau PR sekalipun harus selalu mengikuti segala perkembangan yang ada agar tidak tertinggal oleh zaman. Saat ini penggunaan media sosial terus meningkat pesat di semua kalangan masyarakat, pengguna media sosial itu sendiri berasal dari beragam kalangan usia. Mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa bahkan sampai pada lanjut usia atau biasa disebut lansia. Semua itu akan menjadi hal yang perlu dipertimbangkan serta diidentifikasi oleh seorang *public relation* untuk dapat diberdayakan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat harus dikelola dengan baik agar dapat bermanfaat bagi penggunanya. Penggunaan media sosial sangatlah beragam ada yang menggunakannya sebagai media untuk berbisnis, ada yang menggunakannya untuk mencari popularitas dan yang paling banyak penggunanya adalah sebagai penikmat konten dari orang lain atau istilahnya adalah konsumen dari media sosial itu sendiri. Perkembangan media sosial yang pesat ini menjadi daya acuh yang kuat bagi seorang *public relation* untuk dapat menggunakannya sebagai media mereka. Untuk dapat menggunakan media sosial dengan baik maka dibutuhkan suatu strategi yang tepat dalam penggunaannya sehingga dapat diukur keefektifan media sosial tersebut.

Hal ini sangat penting untuk diulas lebih dalam karena banyaknya akun pengguna yang terdaftar disetiap harinya disetiap media sosial. Semua data yang disajikan berdasarkan pengamatan yang ada disekeliling masyarakat. Banyak sekali buku-buku ataupun refrensi lainnya yang membahas tentang *public relation* atau PR, membahas mengenai manajemen dan juga membahas komunikasi. Berdasarkan refrensi-refrensi yang ada kita akan mengulas secara tuntas

---

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm 25.

bagaimana keefektifan strategi PR dalam membentuk citra yang positif didalam masyarakat menggunakan perkembangan media sosial yang ada. Pembahasan kali ini akan memaparkan secara rinci mengenai kegiatan manajemen dalam sebuah organisasi, pentingnya komunikasi dalam sebuah organisasi, peranan dari seorang PR atau hubungan masyarakat dalam mengembangkan suatu organisasi serta penggunaan media yang tepat dalam aktivitas seorang PR. Hal tersebut perlu untuk diulas lebih dalam untuk mengetahui keefektifan dari penggunaan media sosial bagi tujuan seorang *public relation*.

## **METODELOGI**

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, dimana penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian tradisi dari suatu ilmu pengetahuan sosial dengan cara mendasar tergantung pada pengamatan manusia dalam suatu wilayahnya sendiri serta terdapat adanya hubungan dengan orang-orang tersebut. Maka dalam penelitian kali ini melakukan penjelasan dari keefektifan strategi humas dalam menciptakan citra positif dengan menggunakan media sosial di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Teknik dalam pengambilan datanya menggunakan beberapa cara, yaitu sebagai berikut:

### **1. Observasi**

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam penelitian pada suatu objek tertentu. Menurut Sugiyono (2017) observasi merupakan suatu kegiatan dalam memuat penelitian pada suatu objek. Bila dilihat dari proses yang dilakukannya dalam mengumpulkan data, maka observasi dibedakan kedalam observasi partisipan dan non partisipan. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah observasi non partisipan, dimana penulis tidak ikut serta dalam kegiatan tersebut, akan tetapi melakukan wawancara.<sup>8</sup>

### **2. Wawancara**

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta CV, 2017), hlm 17.



Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode wawancara semi berstruktur. Wawancara semi berstruktur adalah suatu jenis wawancara yang masuk kedalam kategori *in-dept interview*, yang mana pada pelaksanaannya peneliti bisa lebih leluasa jika dibandingkan dengan menggunakan proses wawancara yang terstruktur. Wawancara seperti ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas, lebih transparan, apabila menginginkan pendapat atau memiliki ide-ide yang didapat dari seorang informan yang telah diwawancarai.

Pada kegiatan wawancara semi struktur seorang peneliti harus memiliki kejelian yang tinggi, dapat mendengarkan seorang informan dengan cermat, serta melakukan pencatatan dengan cepat mengenai apa yang disampaikan oleh narasumber. Penelitian kali ini melakukan teknik dalam mengumpulkan data primer yang didapatkan dengan cara mewawancarai secara semi stuktur beberapa humas STAIN MADINA yang berasal dari kalangan mahasiswa yang mendapatkan surat dinas. Penulis juga melakukan studi Pustaka yang sesuai dengan napa yang diteliti yaitu mengenai jurnal ataupun buku-buku yang berkaitan dengan *public relation*.

### 3. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah catatan kejadian yang telah terjadi. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, ataupun karya-karya dari seseorang yang memiliki sejarah penting. Dokumen yang berbentuk tulisan contohnya adalah diary atau catatan harian, biografi, maupun kebijakan. Sedangkan dokumen dalam bentuk karya dapat berupa patung, gambar, flim dan lain sebagainya.

Dokumentasi sebagai pelengkap dari suatu metode yang dilakukan sebelumnya yaitu observasi dan wawancara. Dalam penelitian kualitatif dibutuhkan pengumpulan data-data untuk diidentifikasi dan ditelaah dengan cermat sehingga dapat dijadikan sebagai data-data pendukung dalam kegiatan penelitian. Dan dokumentasi ini sendiri merupakan hasil dari observasi dan wawancara terhadap informan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti dapat melihat bahwa usaha dari humas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) dalam menciptakan citra positif memiliki progress setiap tahunnya. Sasaran kegiatan humas adalah publik internal dan publik eksternal, salah satu publik eksternal adalah pers sebagai mediator yang menyajikan informasi dari berbagai kegiatan yang dilakukan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam meningkatkan dan menciptakan citra positif menggunakan perkembangan media yang ada, salah satunya adalah perkembangan media sosial.

### 1. Mengidentifikasi Masalah

Pada tahap identifikasi masalah diperoleh hasil bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal atau STAIN MADINA dalam menciptakan citra positif dikalangan publik eksternal cukup sulit karena usia dari Sekolah Tinggi ini sendiri yang masih muda dibandingkan dengan Perguruan Tinggi yang sudah terdahulu. Dari faktor usia itu sendiri Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal masih memiliki berbagai problem atau kelemahan-kelemahan yang harus terus dikuatkan dan dihilangkan satu-persatu.

Eksistensi STAIN MADINA sendiri masih baru dimulai dan terus bergerak menuju puncak tertinggi. Humas di perguruan tinggi ini sendiri selalu berprogres dalam menciptakan citra positif dikalangan masyarakat, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah mahasiswa baru disetiap tahunnya. Permasalahan berikutnya adalah dalam penggunaan media sosial, sekolah tinggi ini masih belum sepenuhnya memiliki akun resmi disetiap bagian media sosial, sehingga masyarakat mengalami kesulitan akses dalam mencari informasi seputar STAIN MADINA ini sendiri.

Kecenderungan masyarakat yang terjadi dalam menentukan atau memilih perguruan tinggi yang memiliki akreditasi tinggi menjadikan perguruan tinggi yang berusia dini peminatnya lebih rendah dari pada perguruan tinggi yang telah terakreditasi "A". Sehingga masyarakat lokal sendiri memilih untuk

kuliah di kampus luar kota dibandingkan harus kuliah di kampus yang ada didaerahnya sendiri.

## **2. Perencanaan dan Program**

Dilihat dari berbagai permasalahan yang terjadi pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, maka dibutuhkan sebuah Langkah dan juga usaha untuk dapat membentuk sebuah citra yang positif. Selain melakukan peningkatan akademik seperti melakukan seminar-seminar, rapat dan juga kunjungan ke beberapa instansi sebagai langkah membangun komunikasi yang baik. Sebuah media juga diperlukan guna memudahkan proses sosialisasi.

Media massa atau media sosial merupakan media yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan popularitas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Program yang saat ini dilakukan oleh humas STAIN MADINA dalam meningkatkan popularitas serta citra positif didalam masyarakat setelah ditinjau adalah sebagai berikut:

### **a. Melakukan pendekatan pada masyarakat**

Humas dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal melakukan kegiatan pendekatan terhadap masyarakat sekitar dengan cara adanya kegiatan-kegiatan yang membawa nama STAIN MADINA. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh para dosen-dosen yang merupakan tupoksi mereka dapat menjadi hal positif juga bagi humas karena dengan adanya pengabdian masyarakat itu sendiri dapat memberi kesan baik bagi masyarakat sekitar.

Kegiatan-kegiatan mahasiswa yang terjun langsung pada masyarakat juga dapat memberikan citra positif untuk STAIN MADINA. Humas perguruan tinggi ini juga melakukan pendekatan pada masyarakat dengan cara mengadakan sosialisasi kampus pada masyarakat sekitar dengan cara mendatangi atau mengunjungi Sekolah Menengah Atas/SMA sederajat. Pada saat kegiatan sosialisasi ini tim humas akan menyampaikan hal-hal yang telah dipersiapkan sebelumnya untuk memberikan daya tarik tersendiri yang menjadikan pemikat bagi

masyarakat untuk ikut bergabung membangun Sekolah Tinggi Islam Negeri Mandailing Natal.

b. Meningkatkan pemberdayaan media sosial

Diera gempuran berbagai macam media sosial, setiap insan dan juga organisasi dituntut untuk dapat selalu update terhadap segala perkembangan yang ada. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal juga harus update terhadap segala perkembangan budaya yang ada. Humas dari perguruan tinggi ini telah melakukan upaya-upaya untuk memberdayakan media sosial dengan baik. Saat ini humas telah memiliki website resmi yang selalu mengupdate kegiatan-kegiatan di STAIN MADINA.

Dalam penggunaan media sosial humas perguruan tinggi ini juga telah memberdayakan beberapa aplikasi medsos contohnya adalah YouTube. STAIN MADINA memiliki chanel YouTube sendiri yang dikelola oleh bagian humas. Namun, pada beberapa media sosial lainnya STAIN MADINA belum memiliki akun resmi tersendiri sehingga hal ini yang menjadi kendala bagi masyarakat untuk dapat mengaksesnya lebih mudah. Walaupun demikian, beberapa program studi yang ada di perguruan tinggi ini telah aktif dalam memberdayakan akun media sosial seperti facebook, Instagram dan juga YuoTube. Program studi yang ada juga menggunakan akun mereka masing-masing untuk dapat mempromosikan dan meningkatkan eksistensi Sekolah Tinggi Islam Negeri Mandailing Natal serta sekaligus program studinya tersendiri.

c. Mengirimkan beberapa mahasiswa/mahasiswi kedaerah masing-masing untuk mensosialisakan kampus.

Humas STAIN MADINA telah menjalankan program sosialisasi dengan cara mengirimkan mahasiswa/mahasiswi kembali kedaerah masing-masing dengan mengemban tugas dinas mensosialisasikan kampus pada masyarakat didaerah masing-masing. Setiap program studi

dapat mengirimkan maksimal enam orang perwakilan yang diutus ke daerah masing-masing.

Setiap mahasiswa/mahasiswi pasti memiliki eksistensi tersendiri, hal ini juga akan mempengaruhi efektifitas dalam proses sosialisasi. Ada beberapa program studi yang memerintahkan mahasiswa/mahasiswinya agar menggunakan media sosialnya masing-masing untuk sosialisasi salah satunya adalah program studi manajemen dakwah. Hal ini juga dirasa dapat membantu dalam meningkatkan citra positif STAIN MADINA didalam masyarakat.

### **3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi**

Pada pelaksanaan program humas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal setelah dilakukan perencanaan dan pemrograman, maka dilakukan tindakan-tindakan yang dapat meningkatkan citra positif secara efektif. Menggunakan dan memperdayakan media massa/media sosial dengan baik sesuai porsinya agar eksistensi dari perguruan tinggi ini tidak kalah dari perguruan tinggi lainnya. Penggunaan media harus memiliki arah yang sejalan dengan visi misi dari sekolah tinggi itu sendiri.

Dalam pemegangan akun resmi sosial media STAIN MADINA harus diserahkan pada orang-orang yang dapat menjaga kepercayaan serta dapat mengelolah akun agar tetap berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk akun-akun program studi juga harus diserahkan pada bagian-bagian program studi itu sendiri dan juga kepada salah satu mahasiswa/mahasiswi yang dapat menjaga Amanah dan memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi.

### **4. Evaluasi program**

Sesuai dengan hasil wawancara beberapa mahasiswa yang ditunjuk sebagai salah satu perwakilan humas STAIN MADINA, dari beberapa program humas yang dilakukan setiap tahunnya memiliki progres sedikit demi sedikit. Namun, digempuran kampus-kampus negeri yang

terakreditasi tinggi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal harus mempersiapkan program-program yang dapat membawa STAIN MADINA ini melisat dengan cepat agar tidak tertinggal dengan perguruan tinggi lainnya.

Selain dengan meningkatkan sumber daya manusianya/kuantitasnya, kualitas merupakan hal yang terpenting. Dengan orang-orang yang berkualitas maka upaya untuk meningkatkan citra positif serta popularitas kampus pasti akan jauh lebih mudah. Seorang *public relation* atau humas pasti memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi. Nah, ketika humas ingin mengirimkan mahasiswa/mahasiswi sebagai perwakilan humas STAIN MADINA maka wajib bagi humas itu sendiri menyampaikan strategi dan juga persiapan yang harus dilakukan agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan yang fatal pada saat proses promosi.

Dengan kekurangan bekal ilmu atau persiapan mahasiswa/mahasiswi yang diharapkan dapat menjadi panutan atau daya tarik bagi masyarakat untuk bergabung di STAIN MADINA bisa saja malah menjadi sebaliknya. Oleh sebab itu, perencanaan dan persiapan yang matang sangatlah penting.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil observasi dan Analisa yang dilakukan peneliti mengenai Strategi Hubungan Masyarakat dalam membentuk citra positif dengan menggunakan media sosial di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) sangatlah penting dalam menghadapi beragam permasalahan yang dihadapi. Humas telah melakukan dan mempersiapkan strategi yang dirasa tepat untuk dilaksanakan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal melalui 4 tahapan, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah

Didapatkan fakta bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, yaitu:

- a. Usia dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang masih masuk kategori muda membuat publik masih ragu-ragu dan kurang tertarik dengan perguruan tinggi ini dan memilih untuk ke perguruan tinggi yang sudah berusia karena dianggap telah menciptakan banyak lulusan yang berpengalaman, walaupun sebenarnya mereka putra-putri daerah yang dekat dengan jangkauan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal mereka malah memilih untuk pergi ke perguruan tinggi yang berada di luar kota.
- b. Eksistensi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang masih kurang dikenal masyarakat dibandingkan dengan perguruan tinggi lainnya yang telah familiar didalam masyarakat menjadikan STAIN MADINA tidak terlalu memiliki popularitas yang melekat pada masyarakat.
- c. Media sosial yang digunakan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal masih kurang aktif dalam penggunaannya serta belum terdapat akun sosial media resmi milik STAIN MADINA di beberapa sosial media. Namun, walaupun seperti itu setiap program studi yang ada telah menciptakan akun mereka masing-masing yang dapat membantu meningkatkan eksistensi dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal itu sendiri.

## 2. Perencanaan dan program

Program humas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam rangka membangun citra positif pada publik menggunakan media sosial telah melakukan berbagai program, diantaranya:

- a. Melakukan pendekatan pada masyarakat
- b. Meningkatkan pemberdayaan media sosial
- c. Mengirimkan mahasiswa dan mahasiswi ke daerah mereka masing-masing untuk mensosialisasikan kampus.

## 3. Mengambil Tindakan dan berkomunikasi

Setelah mengetahui berbagai permasalahan yang dialami Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam meningkatkan citra positif pada publik maka perlu diambil tindakan-tindakan yang dianggap

dapat memecahkan segala permasalahan-permasalahan yang ada di STAIN MADINA sendiri dan meningkatkan komunikasi yang baik terhadap publik untuk dapat meningkatkan citra positif dan juga eksistensi serta popularitas dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

4. Evaluasi pogram-program yang telah dilakukan agar dapat terus berperogres lebih cepat lagi disetiap tahunnya.

**Saran:**

1. Srategi *public relation* yang dilakukan oleh Humas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam meningkatkan popularitas dimata publik dengan menggunakan perkembangan media sosial yang ada masih kurang aktif. Seharusnya dalam setiap media sosial STAIN MADINA memiliki akun resmi dan semua akun harus dipastikan selalu aktif untuk berinteraksi dengan publik. Bukan hanya sekedar memiliki akun sosial media, namun harus memiliki eksistensi yang tinggi dimata publik. Untuk dapat meningkatkan eksistensi dimata publik dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya menggunakan media sosial sebagai tempat promosi maupun tempat menyimpan moment-moment kegiatan dari perguruan tinggi itu sendiri.
2. Pembentukan citra positif dimata publik mengenai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal tidak cukup dengan komunikasi langsung diberbagai elemen masyarakat, misalnya yang dilakukan saat ini adalah melakukan seminar-seminar ilmiah maupun non ilmiah, rapat atau kunjungan ke instansi-instansi, pengabdian masyarakat yang dilakukan para dosen dan mahasiswa, jika ini yang dilakukan maka jangkauannya masih sangat terbatas. Karena yang lebih efektif dalam menjangkau publik adalah dengan menggunakan media massa, media cetak, media elektronik serta media sosial.
3. Dalam penggunaan media massa dan juga media lainnya akun dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal seharusnya dapat dikelola agar lebih aktif untuk berinteraksi kepada publik. Dengan keaktifan



berinteraksi tersebut maka secara perlahan-lahan popularitas dan eksistensi dari STAIN MADINA sendiri akan semakin tinggi.

#### **REFERENSI**

- Arianti Gusmia. (2019). *Media Komunikasi Diskursus Agama, Politik dan Pembangunan*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Dewi, Punco. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Muktiyo Widodo. (2018). *Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan*. Surakarta: UNS PRESS.
- Sugioyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*. Bandung: Alfabeta CV.
- Syaputra, Edi. (2011). *Public Relations*. Medan: USU Press.