



Strategi Humas Perguruan Tinggi dalam Membangun Reputasi: Studi Alih Status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

Rohmad Fadli¹, Gushevinalti², Mas Agus Firmansyah³

^{1,2,3}Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bengkulu

Korespondensi dengan Penulis:

Rohmad Fadli: Telp: 081368450961
E-mail: rohmadfadli94@gmail.com

Abstract

Keywords:

Public relation;
University
transformation;
reputation;
Bengkulu

This study aims to determine the public relations branding strategy in the case of the transfer of status from the Bengkulu State Islamic Institute (IAIN Bengkulu) to the State Islamic University of Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN Bengkulu). We use qualitative data that produces data in the form of written or spoken words from people and observed behavior. The selection of informants in this study used purposive sampling, which is to determine information with certain considerations that can provide maximum data. The results of the study stated that the public relations strategy in an effort to brand higher education followed the vision, mission and goals of the university, including the transfer of status from IAIN Bengkulu to UIN Bengkulu. The branding strategy that has been carried out is the use of appropriate technology. Public relations publicity is a strategy carried out by the public relations, publication and documentation subdivision of IAIN Bengkulu in building a reputation. The strategy in building reputation is carried out by presenting information on activities and advantages through the official media of IAIN Bengkulu and media that disseminate with IAIN Bengkulu in spreading news to the public.

Abstrak

Kata kunci:

Hubungan
masyarakat;
Transportasi
universitas;
Reputasi;
Bengkulu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi branding hubungan masyarakat pada kasus alih status Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN Bengkulu) menjadi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN Bengkulu). Kami menggunakan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu menentukan informan dengan pertimbangan tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi humas

dalam upaya *branding* perguruan tinggi mengikuti visi, misi dan tujuan dari perguruan tinggi termasuk pada alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Bengkulu. Strategi *branding* yang telah dilakukan seperti penggunaan teknologi tepat guna. Publisitas humas merupakan sebuah strategi yang dilakukan subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu dalam membangun reputasi. Strategi dalam membangun reputasi dilakukan dengan menyajikan informasi kegiatan dan keunggulan melalui media resmi IAIN Bengkulu dan media yang bekerjasama dengan IAIN Bengkulu dalam membantu menyebarkan pemberitaan kepada masyarakat.

PENDAHULUAN

Pentingnya reputasi dalam sebuah lembaga sebenarnya telah dikaji sejak era 1950-an oleh para ilmuwan *public relations*, salah satunya bahwa *public relations* ditempatkan pada fungsi manajemen strategis, sehingga berdampak secara signifikan pada perguruan tinggi tersebut¹. *Public relations* atau humas memiliki karakter yakni berkomunikasi secara persuasif, sehingga tugasnya yaitu untuk mempersuasi masyarakat agar memiliki pendidikan dan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Begitu juga dengan tugas dari humas yang memiliki ciri khas komunikasi persuasi untuk dapat mempengaruhi masyarakat sebagai sasarannya yang bertujuan agar dapat memilih perguruan tinggi. Reputasi merupakan kesesuaian aplikasi visi dan misi organisasi yang tertuang dalam identitas organisasi dan diwujudkan dalam kinerja seluruh civitas akademika dan dipersepsi sama oleh publik internal dan publik eksternal. Reputasi perguruan tinggi adalah faktor terpenting dalam proses perjalanan dari sebuah perguruan tinggi, hal tersebut juga bahwa reputasi perguruan tinggi merupakan salah faktor yang dapat membantu dalam perkembangan dari perguruan tinggi dalam hal memberikan pelayanan kepada *stakeholder* perguruan tinggi tersebut.

Sebagai salah satu perguruan tinggi keagamaan Islam terbesar di provinsi Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu merupakan perguruan tinggi keagamaan Islam dibawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Saat ini IAIN Bengkulu memiliki

¹ Cutlip, S.M.,Center,A.H. & Broom, G.M. *Effective Public Relations*. Edisi keenam. (New Jersey: Prentice Hall, 1994). Dikuti dalam Kusumastuti, Frida. Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004). Hlm. 230

empat Fakultas dengan dua puluh lima Program Studi dan satu Pascasarjana dengan enam Program Studi Magister dan satu Program Doktor. Upaya penguatan fakultas keagamaan yang ada ini dilakukan dengan penambahan prodi yang relevan dengan kompetensi pokok (*core competency*) keilmuan pada fakultas tersebut. Keempat fakultas dan program pascasarjana selama ini sebenarnya sudah memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi kehidupan sosial keagamaan masyarakat melalui ribuan alumni yang dihasilkannya. Ini merupakan bentuk pencapaian visi IAIN Bengkulu sebagai pusat pengembangan ilmu-ilmu keislaman berwawasan kebangsaan. Dengan usianya yang sudah memasuki dua puluh tiga tahun sejak berdiri pada tahun 1997 (awal berdirinya STAIN Bengkulu), IAIN Bengkulu telah menghasilkan 7.250 sarjana sosial-keagamaan yang berkiprah di berbagai bidang kehidupan baik di instansi pemerintah maupun swasta.

Dengan perkembangan kehidupan yang semakin cepat dalam berbagai dimensi kehidupan, perubahan sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang massif, globalisasi dengan segala dampaknya, serta kemajuan sains, teknologi serta informasi yang revolusioner saat ini maka keberadaan fakultas, jurusan, dan prodi keagamaan di IAIN Bengkulu saat ini dinilai tidak lagi memadai. Tuntutan perkembangan dan kebutuhan masyarakat dan bangsa Indonesia yang semakin kompleks meniscayakan perlunya pengembangan IAIN Bengkulu baik secara akademis maupun kelembagaan. Jalan yang akan ditempuh adalah memperluas wilayah kajian ilmu-ilmu keagamaan yang ada dengan menambahkan jurusan, program studi (prodi-prodi) non keagamaan (ilmu-ilmu alam dan ilmu sosial-humaniora). Lebih jauh, pentingnya pengembangan akademik dan kelembagaan IAIN Bengkulu bukan hanya karena tuntutan pragmatis sebagaimana diungkapkan di atas, tetapi juga tuntutan idealismse, yakni menghilangkan dikotomi keilmuan agama dan non agama yang ada selama ini dengan berbagai implikasi dan dampaknya. Sehingga dengan berbagai tuntutan tersebut harus diikuti perubahan bentuk (transformasi) kelembagaan dari IAIN Bengkulu menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Transformasi dari IAIN Bengkulu menuju UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu akan diiringi oleh perubahan paradigma keilmuan (*paradigm shift*), yaitu perubahan dari paradigma dikotomistik yang memisahkan ilmu umum dan ilmu keagamaan, menuju paradigma integralistik yang memadu ilmu umum dan ilmu agama. Perpaduan atau integrasi keilmuan

akan diwujudkan dalam semua kegiatan Tri Dharma. Dengan kata lain, paradigma keilmuan akan berubah dari paradigma "*dichotomistics-atomistics*" ke paradigma "*integrative-interdisciplinary*." Dengan paradigma integrasi maka berbagai kajian keilmuan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu akan menerapkan pendekatan multidisiplin (*multidisciplinary approach*).

IAIN Bengkulu yang saat ini akan segera beralih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu telah melalui perjalanan panjang dengan berbagai persepsi yang dihasilkan oleh masyarakat sehingga terakumulasi menjadi reputasi. Sehingga IAIN Bengkulu telah membangun reputasi secara berkelanjutan sampai dengan saat ini akan beralih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu untuk menjadi perguruan tinggi (Universitas) berstandar internasional, berwawasan nasional dan berkarakter Islam moderat. Sejak menjadi IAIN Bengkulu yang diresmikan pada 25 April 2012, Subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi berada di bawah Biro Akuntansi, Umum, Akademik dan Keuangan di bawah koordinasi Kepala Biro AUAK IAIN Bengkulu dan juga Rektor IAIN Bengkulu.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pemilihan informan penelitian ini diambil dengan teknik *Proposive sampling*. *Proposive sampling* yaitu menetukan informan dengan pertimbangan tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal. Informan dalam penelitian ini adalah Kasubbag dan Staf Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu. Sumber data dalam penelitian ini yakni sumber data utama (primer) dan data pendukung (sekunder). Sumber data ini adalah Kasubbag dan Staf Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu. Sumber data selanjutnya yakni sumber data sekunder adalah dokumentasi yang berkaitan dengan humas IAIN Bengkulu dalam membangun reputasi menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Selain sumber data, Teknik pengumpulan data dari penelitian ini yakni observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi. Penelitian melakukan pengamatan dengan cara melihat, mengamati dan berinteraksi dengan kasubbag dan staf humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu. Observasi partisipan ini akan menggali tentang strategi humas IAIN Bengkulu dalam membangun reputasi menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk memperkuat data-data yang diperoleh dari lapangan yaitu dengan cara mengumpulkan data berupa dokumentasi di bagian Humas IAIN Bengkulu dalam upayanya membangun reputasi menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Humas dalam Upaya *Branding* Perguruan Tinggi

Branding merupakan upaya dalam menciptakan sebuah pandangan berkaitan dengan *brand* tersebut. Jika dikaitkan dengan perguruan tinggi yakni IAIN Bengkulu, tentu saja IAIN Bengkulu memiliki pandangan terhadap *branding* yang digunakan. Maka dari itu hasil penelitian diatas melihat bahwa strategi *branding* yang dilakukan Humas IAIN Bengkulu dalam alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu berdasarkan teori strategi komunikasi POAC oleh George R. Terry² sebagai berikut:

1) *Planning* (Perencanaan)

Planning (Perencanaan) merupakan penentu dari hasil suatu tujuan dalam sebuah kegiatan, dengan adanya perencanaan yang matang maka tujuan yang akan dituju semakin jelas keberhasilannya³. Perencanaan dalam strategi *branding* yang dilakukan humas IAIN Bengkulu dalam alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Alih status atau transformasi kelembagaan IAIN Bengkulu menjadi UIN Bengkulu yang akan diberikan nama UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ini merupakan sebuah strategi *branding* yang dilakukan lembaga untuk memberikan sebuah nama perguruan tinggi. *Branding* pemberian nama perguruan tinggi juga menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap nama perguruan tinggi tersebut. Setelah ditetapkan menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) nama IAIN Bengkulu akan berubah menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dimana ini merupakan strategi dalam membangun pemberian merk dengan menggunakan nama dari pahlawan nasional yang juga berasal dari Bengkulu.

² Daryanto dan Abdullah. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013). Hlm. 23

³ Daryanto dan Abdullah. Hlm. 25

Untuk memberikan sebuah nama perguruan tinggi, memiliki beberapa syarat seperti ketokohan dari wilayah kampus tersebut berada. Untuk Fatmawati sendiri merupakan tokoh pahlawan nasional yang berasal dari Bengkulu serta memiliki teladan dari pahlawan tersebut dimana sudah kita ketahui bahwa ibu Farmawati adalah isteri dari presiden pertama Indonesia dan penjahit bendera Indonesia pertama, sehingga kriteria inilah yang dipilih dalam penamaan UIN nantinya. Sebelumnya ada beberapa nama yang diajukan sebelum ditentukan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, beberapa nama yang diajukan seperti Ibrahim Hosen yang merupakan putera asli Bengkulu namun setelah diadakan rapat ternyata Ibrahim Hosen ini untuk ketokohnya lebih dikenal sebagai akademisi yang berasal dari Sumatera Selatan. Pemilihan Ibu Fatmawati sebagai nama perguruan tinggi juga dilihat dari gendernya, dimana beliau merupakan tokoh perempuan dan melihat kondisi saat ini khususnya di Indonesia jumlah penduduk perempuannya lebih banyak sehingga ini dapat memotivasi masyarakat.

Selain itu juga nama peruruan tinggi Islam saat ini belum ada yang perempuan dan belum ada tokoh-tokoh nasional hamper keseluruhan perguruan tinggi keagamaan Islam menggunakan nama tokoh-tokoh agama atau nama daerah. Untuk pemilihan nama ini juga tidak langsung serta merta memakai nama Fatmawati Soekarni pihak kampus juga sudah meminta izin kepada keluarga ibu Fatmawati, pemerintah daerah serta semua tokoh masyarakat Bengkulu. Pakar dan konsultan *branding* Amalia Maulana menjelaskan bahwa *branding* tidak dapat lepas dari pemahaman tentang target audience dari *brand* yang dituju. *Branding* harus berorientasi pada khalayak yang menjadi target.

Strategi *Barnding* alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu selain dari perubahan nama, lambang perguruan tinggi juga akan diubah sebagai identitas dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Lambang yang akan digunakan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu setelah bertransformasi. Lambang ini akan menjadi identitas dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri di Bengkulu. Lambang UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, dimana filosofi dari lambang ini yakni bagian bawah dari lambang bertuliskan Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu diartikan peletakan dibagian bawah berarti sebagai fondasi dari perguruan tinggi, bagian tengah terdapat bunga Rafflesia diartikan sebagai bunga keilmuan (*knowledge flower/zahratul al-ilmiyah*) dan ditengah bungan Rafflesia terdapat lingakaran yang ditengahnya berpola segitiga yang

menggambarkan kajian Agama Science dan Budaya. Bagian atas membentuk garis melingkar menggambarkan visi membangun masyarakat yang soleh, moderat dan unggul (*rahmatan lil-alamin*).

Selain dari perubahan lambang yang digunakan UIN Fatmawati Soekatno Bengkulu, perencanaan dalam pengembangan fakultas dan program studi dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu juga menjadi perencanaan yang akan dilakukan, sebanyak 11 program studi baru akan diusulkan setelah menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Perencanaan dalam strategi meliputi membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, melakukan identifikasi khalayak penentu, menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih dan memutuskan strategi yang akan digunakan⁴. Hal tersebut harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program yang sudah ditetapkan, khalayak yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih. Dalam sebuah strategi hal yang paling terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan. Sebelum melakukan strategi *branding* subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu selalu melakukan pemetaan terkait sasaran yang akan dilakukan. Pemetaan dalam hal publikasi kampus termasuk melalui berbagai media baik media cetak, elektronik dan media online agar dapat terjangkau keseluruh masyarakat khususnya masyarakat Bengkulu dan sekitarnya. Sebelumnya kami juga mengadakan rapat untuk menentukan sasaran publikasi dan sosialisasi agar dapat diterima oleh masyarakat.

Selain melakukan pemetaan dalam sasaran alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu kewenangan dalam melakukan pemetaan atau perencanaan menyebutkan promosi dan sosialisasi alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yakni pihak pimpinan dalam hal ini seluruh jajaran pimpinan yang berkoordinasi dengan Kabag Publikasi dan Kerjasama dan Kasubbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi. Begitupula dengan strategi humas IAIN Bengkulu dalam mepromosikan alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu memiliki perencanaan atau pemetaan sebelum melakuakan pemetaan sasaran pemasaran. Pemasaran IAIN Bengkulu menjadi UIN Bengkulu

⁴ Cutlip, S.M., Center,A.H. & Broom, G.M. *Effective Public Relations*. Edisi keenam. New Jersey: Prentice Hall, 1994). Dikuti dalam Kusumastuti, Frida. Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004). hlm. 237

selalu di rencanakan sosialisasi yang dilakukan baik pada bagian Humas ataupun bagian lain yang dapat membantu mensosialisasikan IAIN Bengkulu termasuk alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Selain dari Subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi dalam alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, seluruh sivitas akademika IAIN Bengkulu juga menjadi penggerak dalam melakukan pemasaran alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Seluruh civitas akademika IAIN Bengkulu tentunya terlibat, karena ketika promosi sebuah lembaga pendidikan tinggi baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi. Dengan background sebagai keluarga IAIN Bengkulu baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi yang dilakukan humas dalam melakukan pemasaran keunggulan IAIN Bengkulu.

Branding sebuah lembaga pendidikan tinggi sangat perlu dilakukan dengan tujuan menunjukan keunggulan-keunggulan dari perguruan tinggi khususnya IAIN Bengkulu. Pemasaran sebuah perguruan tinggi sangat perlu dilakukan, dimana pemasaran itu diistilahkan mempublikasikan perguruan tinggi kepada masyarakat termasuk IAIN Bengkulu. Dimana setiap tahunnya masyarakat yang hendak melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi terus bertambah dan berganti. Maka jika tidak dipublikasikan atau dipasarkan kepada masyarakat tidak ada yang tahu tentang perguruan tinggi khususnya berkaitan dengan keunggulan-keunggulan yang ada di perguruan tinggi tersebut. Selain itu, dalam alih status ini juga menjadi Rancangan Strategis IAIN Bengkulu tahun 2020-2024 pada sasaran program IAIN Bengkulu, pada Rancangan Strategis IAIN Bengkulu tahun 2020-2024 kita telah merumuskan pengukuran indikator kinerja pada sasaran program dengan meningkatkan kapasitas dan kualitas lembaga yakni alih status atau transformasi IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu. Perencanaan IAIN Bengkulu untuk menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu telah ada dalam Rancangan Strategis IAIN Bengkulu Tahun 2020-2024, dimana dalam pengukuran indikator kinerja pada sasaran program dengan meningkatkan kapasitas dan kualitas kelembagaan yakni dengan alih status atau transformasi IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ini telah direncanakan Sejalan dengan program humas IAIN Bengkulu yang selalu mengupdate perkembangan alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Sejalan dengan dukungan lembaga dalam hal ini pimpinan IAIN Bengkulu sangat mendukung yang dilakukan oleh humas berkaitan dengan *branding* keunggulan perguruan tinggi. Dimana Pimpinan IAIN Bengkulu sangat mendukung seluruh bentuk pemasaran yang dilakukan humas, terlebih pemasaran inikan demi kemajuan dan promosi keunggulan yang ada di IAIN Bengkulu. Dijelaskan oleh pimpinan IAIN Bengkulu tentang kebijakan pimpinan perguruan tinggi terkait dengan *branding* lembaga perguruan tinggi, pimpinan sendiri sangat mendukung seluruh kegiatan pemasaran perguruan tinggi kepada masyarakat, termasuk kebijakan pimpinan dalam melakukan penganggaran kegiatan Humas dalam melakukan publikasi baik secara langsung ataupun melalui media daring.

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing (Pengorganisasian) merupakan pengelompokan orang-orang, tugas, tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang digerakan sebagai suatu kesatuan dalam mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai⁵. Alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dalam hal kaitannya dengan pemasaran transformasi ini sudah jelas diberikan tanggung jawab penuh oleh Bagian Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu. Sebagaimana yang disampaikan oleh pimpinan IAIN Bengkulu. Semua yang berkaitan dengan publikasi diserahkan semua kebagian Humas, Publikasi dan Dokumentasi, termasuk mulai dari promosi dan sosialisasi kepada masyarakat berkaitan dengan alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Sebagaimana penjelasan diatas untuk seluruh yang berkaitan dengan publikasi diserahkan kepada bagian humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu termasuk alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Pembagian tugas pada subbag humas, publikasi dan dokumentasi dalam memberikan informasi keunggulan dan informasi positif terlebih pada alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dimana salah satu bagian yang terpenting yakni humas, kemunculan bagian humas pada suatu organisasi atau perusahaan sering kali ditemukan oleh kebutuhan yang muncul di sebuah organisasi atau perusahaan⁶. Dalam menjalakan tugas Subbag Humas, Publikasi dan

⁵ Daryanto dan Abdullah. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013). Hlm. 27

⁶ A, M, Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008). Hlm. 78

Dokumentasi terdiri dari tiga orang anggota yang masuk dalam struktur humas IAIN Bengkulu. Diantara ketiga orang tersebut yakni Kasubbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi serta dua orang staf yang bekerja menjalankan tugas dan fungsi humas yang ada di IAIN Bengkulu. Selain dari Subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi dalam alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, seluruh civitas akademika IAIN Bengkulu juga menjadi penggerak dalam melakukan pemasaran alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Seluruh civitas akademika IAIN Bengkulu tentunya terlibat, karena ketika promosi sebuah lembaga pendidikan tinggi baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi. Dengan background sebagai keluarga IAIN Bengkulu baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi yang dilakukan humas dalam melakukan pemasaran keunggulan IAIN Bengkulu. Untuk mencapai target yang telah ditetapkan Seluruh civitas akademika IAIN Bengkulu tentunya terlibat, karena ketika promosi sebuah lembaga pendidikan tinggi baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi. Dengan background sebagai keluarga IAIN Bengkulu baik dosen, karyawan dan mahasiswa ikut serta membantu dalam penyebaran informasi yang dilakukan humas dalam melakukan pemasaran keunggulan IAIN Bengkulu.

3) *Actuating* (Penggerakan)

Actuating (Penggerakan) merupakan sebagai keseluruhan usaha, teknik, cara dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mengerjakan suatu atas kehendak sendiri atau ikhlas dalam proses penggerakannya, demi tercapainya tujuan dengan efesien dan efektif⁷. Selain itu, dalam melakukan strategi humas dalam melakukan pemasaran baik dalam alih status ataupun pemasaran pendidikan tinggi lainnya subbag humas publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu selalu merujuk pada Standar Operasional Prosedur. Untuk ketetapan dalam melakukan strategi yang baku dalam mempromosikan kampus selalu berpedoman pada Standar Operasional Prosedur (SOP) Bidang Publikasi dan Kerjasama IAIN Bengkulu, serta mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Sehingga kita dari humas harus selalu update teknologi informasi dan komunikasi yang sedang berkembang dan

⁷ Daryanto dan Abdullah. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013). Hlm. 28

sedang banyak digunakan masyarakat khususnya bagi masyarakat yang hendak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi.

Strategi dalam memasarkan sendiri selain melalui bagian Humas di perguruan tinggi tersebut juga melalui brosur penerimaan mahasiswa baru, brosur kegiatan seminar, pidato rector, serta pada saat mahasiswa, karyawan ataupun dosen terjun ke masyarakat mereka sudah membawa latar belakang perguruan tinggi itu dan secara tidak langsung pasti memasarkan perguruan tinggi tersebut. Selain mengikuti Standar Operasional Prosedur subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu juga tidak menutup kemungkinan dalam melakukan strategi dalam hal mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi, Humas selalu melakukan strategi dalam mempublikasikan keunggulan IAIN Bengkulu yang melihat kondisi publik, seperti dulu kita sosialisasi secara langsung namun sekarang kita memanfaatkan media daring seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* dan media sosial lainnya yang dapat membantu kita untuk menyampaikan keunggulan dari IAIN Bengkulu termasuk keunggulan setelah menjadi UIN nantinya.

Untuk strategi sendiri khususnya di IAIN Bengkulu sebagai perguruan tinggi keagamaan Islam tentunya memiliki metode-metode yang dilakukan mengikuti kondisi masyarakat. Misalkan kalau dulu strategi yang kita lakukan sosialisasi perguruan tinggi secara langsung (membuka stand-stand atau ke sekolah-sekolah menengah atas) tetapi sekarang karena perkembangan teknologi informasi selain strategi pemasaran secara langsung kita melakukan melalui media termasuk media dengan basis jaringan atau media daring yang keseluruhannya strategi tersebut dilakukan oleh bagian Humas tentunya. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Johnson dan Johnson's menyebutkan komponen strategi yang meliputi strategi terhadap khalayak, strategi pesan dan strategi media. Strategi tindakan/aksi merupakan penggerak utama program humas, namun pada umumnya strategi tindakan/aksi bersifat tidak tampak atau mudah dikenali oleh pihak luar⁸.

Adapun strategi yang dilakukan humas IAIN Bengkulu dalam mengkomunikasikan keunggulan dalam melakukan pemasaran yakni melalui pembuatan brosur dalam hal ini penerimaan mahasiswa baru yang dalamnya ada keunggulan dari IAIN Bengkulu, penyebaran informasi melalui media cetak yang telah bekerjasama dengan tiga media cetak besar di

⁸ A, M, Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008). Hlm. 178

Bengkulu seperti Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu, Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Surat Kabar Harian Radar Bengkulu yang dinilai dapat menyampaikan keunggulan IAIN Bengkulu keseluruh daerah yang ada di Bengkulu.

Selain media cetak subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu juga melakukan cara penyebaran informasi melalui media elektronik, Penyebaran informasi melalui media elektronik dimana IAIN Bengkulu bekerjasama dengan Rakyat Bengkulu Televisi dan Bengkulu Ekspress Televisi untuk menjadi mitra humas dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Perkembangan teknologi dan komuniasi, membuat subbag publikasi dan dokumentasi juga tidak melewatkkan pemasaran melalui media daring (*online*) yang saat ini sudah banyak yang menggunakannya. Pemanfaatan media pemberitaan daring juga dilakukan melihat kondisi masyarakat yang telah memanfaatkan jaringan internet dalam mengakses seluruh informasi berkaitan dengan kehidupan keseharian termasuk dalam pencarian informasi perguruan tinggi. Pemanfaatan media sosial sangat penting karena ini sudah pasti langsung ditangkap oleh masyarakat khususnya calon mahasiswa karena sebagian besar penggunanya adalah masyarakat post millenial yang merupakan salah satu target pasar IAIN Bengkulu.

Selain menggunakan tiga media yang telah dijelaskan sebelumnya, subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu juga melakukan cara lain yakni setiap tahunnya mengeluarkan majalah dan kaleidoskop IAIN Bengkulu yang melihat kegiatan dan keunggulan dari IAIN Bengkulu selama setahun dan tahun 2020 kemaren kita sudah memuat keunggulan dan proses alih status IAIN menjadi UIN. Keunggulan saat alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu juga dijelaskan oleh pimpinan IAIN Bengkulu untuk alih status dari IAIN menjadi UIN sasaran adalah masyarakat Bengkulu dan sekitarnya. Keunggulan sendiri dalam bidang pengembangan akademik saat menjadi UIN kita akan membuka berbagai program studi umum seperti kedokteran hewan, psikologi, sains dan teknologi yang kesemuanya terintegrasi antara ilmu umu dan ilmu keagamaan Islam. Salah satu contohnya pada pembukaan program studi Kedokteran Hewan, di Bengkulu sendiri belum ada prodi Kedokteran Hewan sehingga ini menjadi target pasar bagi masyarakat Bengkulu untuk mendalami ilmu kedokteran hewan. Selain itu, lulusan UIN bukan hanya sekedar menjadi dokter hewan namun lebih kepada mulai dari kesehatan hewan hingga pengembangan hasil peternakan tersebut tentunya berbasis syariat Islam.

4) *Controlling* (Pengawasan)

Controlling (Pengawasan) merupakan suatu proses untuk mengukur dan membandingkan antara perencanaan yang telah dibuat dengan pelaksanaan⁹. Dengan adanya pengawasan ini, diharapkan jangan sampai terjadinya kesalahan atau penyimpangan. Pengukuran pelaksanaan dari subbag humas, publikasi dan dokumentasi termasuk dalam alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Evaluasi terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi dilakukan setiap bulan terkait seluruh kegiatan yang dilakukan subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu. Selain itu evaluasi juga dilakukan sebelum dan setelah kegiatan publikasi yang dilakukan humas.

Evaluasi program humas dapat dibagi atas tiga tahapan utama yakni evaluasi tahap persiapan, evaluasi tahap pelaksanaan dan evaluasi tahap dampak atau efek. Praktisi humas yang menilai keberhasilan program humas berdasarkan jumlah ekspos media massa yang diterima organisasi atau perusahaan, maka humas baru dapat melaksanakan evaluasi tahap pelaksanaan. Sedangkan praktisi humas menilai keberhasilan program kehumasan berdasarkan pada peningkatan kesadaran atau perubahan pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak, maka humas telah melakukan evaluasi pada tahap efek atau dampak¹⁰. Setiap tahunnya IAIN Bengkulu selalu ada penilaian Zona Integritas yang dilakukan oleh Direktorat Pendidikan Pendidikan Tinggi Agama Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, yang salah satu didalamnya yakni penilaian publikasi dan pelayanan informasi dan itu termasuk dalam kinerja humas dari IAIN Bengkulu. IAIN Bengkulu setiap tahunnya selalu ada penilaian Zona Integritas yang dilakukan oleh Direktorat Pendidikan Pendidikan Tinggi Agama Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, yang salah satu didalamnya yakni penilaian publikasi dan pelayanan informasi dan itu termasuk dalam kinerja humas dari IAIN Bengkulu.

Pengukuran pelaksanaan dari subbag humas, publikasi dan dokumentasi termasuk dalam alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu program-program humas selama ini dilihat sudah menggunakan seluruh cara yang ada dalam peningkatan nama baik IAIN Bengkulu terlebih pada alih status menjadi UIN nampaknya sudah dari awal kita

⁹ Daryanto dan Abdullah. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013). Hlm. 29

¹⁰ A, M, Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) Hlm. 190

mengajukan diri ke pusat humas sudah mulai membangun reputasi kepada masyarakat tentang IAIN Bengkulu dan akan beralih status menjadi UIN. Selain itu juga, evaluasi terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi, evaluasi selalu kita lakukan setiap bulan terkait seluruh kegiatan yang dilakukan subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu. Selain itu evaluasi juga dilakukan sebelum dan setelah kegiatan publikasi yang dilakukan humas.

Publisitas Humas dalam Membangun Reputasi

Guy Jubb menyebutkan bahwa reputasi adalah perwujudan konsep citra dan nilai sebuah organisasi, sehingga dengan sendirinya terkait erta dengan konsep tanggung jawab organisasi tersebut. Maka dari itu, reputasi merupakan akibat dari serangkaian tindakan yang dilakukan oleh organisasi. Selain itu Fombrum juga merumuskan dalam buku Iriantara, dimana reputasi sebagai persepsi atas representasi tindakan-tindakan yang sebelumnya dilakukan satu institusi dan prospek institusi itu pada semua konstituen utamanya dibandingkan dengan pesaing-pesaing institusinya tersebut.

Reputasi selama berstatus sebagai Institut Agama Islam Negeri Bengkulu akan sangat berpengaruh ketika transformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN). Dimana selama berstatus Institut sebagai perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan tinggi akademik dan vokasi pada rumpun bidang agama, sedangkan setelah menjadi Universitas sebagai perguruan tinggi yang terdiri atas berbagai macam fakultas yang mencakup berbagai bidang seperti teknologi, ilmu pengetahuan, serta rumpun bidang ilmu lainnya. Dibandingkan dengan Institut setelah alih status maka pilihan program studi akan lebih banyak seperti vokasi, akademik dan juga profesi.

Reputasi yang berkembang ditengah masyarakat terhadap Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dan akan beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu menjadi sebuah kasus yang patut diperhatikan secara serius. Sehingga reputasi yang baik dalam sebuah perguruan tinggi sangat dibutuhkan, terlebih dalam menyusun dan mengevaluasi strategi perguruan tinggi terutama bagi IAIN Bengkulu yang akan beralih status. Maka dari itu, peran dari bagian humas perguruan tinggi dalam hal ini subbag humas publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu menjadi bagian yang sangat penting dalam menyampaikan reputasi dalam mengkomunikasikan dengan masyarakat. Sehingga

strategi penyampaian reputasi yang awalnya sebagai perguruan tinggi dengan status Institut dapat disampaikan dengan baik ketika telah beralih status menjadi Universitas Islam Negeri.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Johnson dan Johnson's menyebutkan komponen strategi yang meliputi strategi terhadap khalayak, strategi pesan dan strategi media. Strategi tindakan/aksi merupakan penggerak utama program humas, namun pada umumnya strategi tindakan/aksi bersifat tidak tampak atau mudah dikenali oleh pihak luar¹¹. Strategi dalam membangun reputasi dilakukan dengan menyajikan informasi kegiatan dan keunggulan melalui media resmi IAIN Bengkulu seperti *website* (www.iainbengkulu.ac.id), *instagram* (@humasiainbengkulu), *fanspage facebook* (@IAIN Bengkulu dan @Humas IAIN Bengkulu), *youtube* (IAIN Bengkulu TV) dan *twitter* (@iainbengkulu) dan media yang bekerjasama dengan IAIN Bengkulu dalam membantu menyebarkan pemberitaan kepada masyarakat. Seluruh media IAIN Bengkulu dengan menjalankan strategi yang dijalankan oleh subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi memiliki wewenang dalam hal mengatur tampilan dan memperbarui informasi di media resmi IAIN Bengkulu tersebut. Selain itu, humas juga menjalin kerjasama dengan beberapa media lokal yang ada di Bengkulu dengan mengundang peliputan guna membantu mempromosikan kegiatan-kegiatan IAIN Bengkulu.

Dari sisi perubahan status tentunya ini merupakan reputasi yang sangat baik bagi lembaga. Tanpa adanya reputasi yang baik dimata masyarakat tidak mungkin sebuah lembaga dapat mengembangkan diri sampai seperti ini. Terkhusus kita mulai dari zaman STAIN, IAIN hingga saat ini akan beralih status menjadi UIN. Hal ini menjadi dasar perencanaan pembangunan reputasi telah di bangun mulai dari masa STAIN Bengkulu, IAIN Bengkulu sampai saat ini dalam proses alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Untuk membangun sebuah reputasi bukan hal yang mudah dan dalam jangka waktu yang pendek. Pembangunan reputasi ini telah dibangun sejak berdirinya perguruan tinggi sesuai dengan tagline dari era STAIN sampai IAIN Bengkulu "Center of Excellence". Selain itu, dalam alih status ini juga menjadi Rancangan Strategis IAIN Bengkulu tahun 2020-2024 pada sasaran program IAIN Bengkulu, Pada Rancangan Strategis IAIN Bengkulu tahun 2020-2024 kita telah merumuskan pengukuran indikator kinerja pada sasaran program dengan meningkatkan kapasitas dan kualitas lembaga yakni alis status atau transformasi IAIN Bengkulu menjadi UIN

¹¹ A, M, Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) Hlm. 190

Fatmawati Soekrano Bengkulu.

Sejalan dengan program humas IAIN Bengkulu yang selalu mengupdate perkembangan alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Untuk perencanaan dalam pembangunan reputasi IAIN Bengkulu kita selalu berkoordinasi dengan pimpinan terlebih pembangunan reputasi alih status menjadi UIN Fatmawati Soekrano Bengkulu. Perencanaan kedepan setelah alih status yang akan selalu mempertahankan reputasi baik yang telah dibangun. Sumber Daya Manusiaa (SDM) mulai dari Dosen dan Karyawan yang ada dan yang akan masuk ke lembaga kita juga kita pertimbangkan, spesifikasi keilmuan umum dan keagamaan Islam harus kita pertimbangkan secara matang, tidak hanya kemampuan umum saja yang diutamakan namun ilmu keagamaan Islam juga menjadi nilai wajib yang dimiliki dosen dan karyawan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Selanjutnya pada bidang layanan, setelah menjadi UIN nantinya kita akan beralih menjadi perguruan tinggi Badan Layanan Umum (BLU), selain memikirkan akademik kita juga harus memikirkan pemasukan bagi lembaga untuk menunjang pengembangan perguruan tinggi dengan reputasi sebelumnya sebagai kampus dengan biaya murah. Sehingga perencanaan lembaga yakni pengembangan sarana milik lembaga seperti saat ini gedung Eks STQ yang sudah akan di hibahkan ke lembaga dan ini menjadi sumber pemasukan, hasil perkebunan sawit yang berada di kawasan kampus serta pengembangan lainnya.

Pada umumnya, perusahaan didirikan akan memiliki struktur organisasi yang sederhana dan efisien. Beberapa fungsi organisasi dilaksanakan secara lengkap. Dimana salah satu bagian yang terpenting yakni humas, kemunculan bagian humas pada suatu organisasi atau perusahaan sering kali ditemukan oleh kebutuhan yang muncul di sebuah organisasi atau perusahaan¹². Kedudukan bagian humas pada struktur IAIN Bengkulu akan berhubungan dengan pimpinan dan sering kali terkait dengan latar belakang bagaimana fungsi humas ini muncul. Pembagian tugas pada subbag humas, publikasi dan dokumentasi dalam memberikan informasi keunggulan dan informasi positif terlebih pada alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, Anggota dalam Subbag Humas, Publikasi dan Dokumentasi IAIN Bengkulu terdiri dari tiga orang yakni Kasubbag (sekarang JFU Humas), dan dua staf yang dibagi tugasnya yakni petugas peliputan dan petugas pengelola data. Selain

¹² A, M, Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008). Hlm. 78

dari informasi keunggulan dan informasi positif yang dapat menciptakan reputasi baik bagi IAIN Bengkulu yang sedang alih status menjadi UIN Bengkulu, menjaga kepercayaan dan nama baik yang selama ini dibangun juga menjadi tugas dari seluruh civitas akademika IAIN Bengkulu. Untuk menjadi kepercayaan dan nama baik lembaga, harus dapat mempertahankan dan meningkatkan akreditas sebagai penilaian dalam sebuah perguruan tinggi. Selain itu juga akan menyarang secara ketat calon mahasiswa yang akan melanjutkan pendidikan ke kampus kita mulai dari kemampuan akademik dan kemampuan dalam bidang agama seperti membaca dan menulis Al-Qur'an, sehingga kita dapat menjalankan visi dan misi serta tujuan dari perguruan tinggi.

Strategi yang banyak digunakan oleh humas pemerintah daerah dalam meningkatkan citra dirinya semakin beragam seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada, yakni menggunakan alat komunikasi *advertising* (iklan), *sales promotion* (prmosi penjualan), *personal selling* (penjualan perorangan), maupun fungsi *public relations*¹³. Usaha atau cara yang dilakukan oleh subbag humas, publikasi IAIN Bengkulu dalam membangun reputasi alih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yakni dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini sedang berkembang pesat. Cara dalam membangun reputasi terlebih untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa IAIN Bengkulu akan segera beralih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno yakni dengan membuat informasi keunggulan IAIN Bengkulu di media sosial seperti *Youtube*, *Website*, *Instagram*, *Facebook*, serta media pemberitaan mulai dari cetak, elektronik dan daring berupa pengaturan tampilan dari media tersebut, membuat pemberitaan yang berisi informasi atau kegiatan yang telah dilaksanakan serta publikasi ilmiah pada jurnal-jurnal yang ada di IAIN Bengkulu.

Pemanfaatan teknologi yang baik akan membuat reputasi lembaga semakin baik karena semakin banyak informasi yang diberikan kepada publik. Konten yang di tayangkan selalu mengikuti perkembangan *trend* yang berkembang di masyarakat, karena sasaran kita adalah siswa-siswi yang akan melanjutkan keperguruan tinggi maka dari itu kita harus mengikuti semua perkembangan teknologi yang sedang digunakan anak muda sekarang. Setiap

¹³ Hadiprashadana, Dhanurseto. *Dokumenter Sebuah Refleksi Terhadap Karya Dokumenter*. (Yogyakarta: Anugerah Mataram Sejahtera, 2009). Hlm. 96

perguruan tinggi harus mengelola reputasi agar memiliki daya saing dan mendatangkan loyalitas mahasiswa. setiap tahunnya IAIN Bengkulu mengalami peningkatan mahasiswa baru, baik pada jalur SPAN PTKIN, UM PTKIN, dan Jalur mandir, yang saat ini jumlah mahasiswa IAIN Bengkulu yakni lebih dari sebelas ribu mahasiswa.

Reputasi lain yang telah dibangun IAIN Bengkulu yakni komitmennya dalam pemerataan sumber daya manusia di Bengkulu, selain biaya yang murah, reputasi yang kita bangun adalah pemerataan pendidikan yang menghasilkan sumber daya manusia dalam persaingan tenaga kerja. Sehingga dengan meratanya masyarakat meraih pendidikan lulusan dari perguruan tinggi sehingga persaingan dalam dunia pekerjaan semakin lebih mudah. Maka kesejahteraan masyarakat Bengkulu akan terus meningkat. Reputasi lainnya yakni SDM yang dilahirkan selama ini seperti sudah banyak lulusan kita yang telah menjadi tokoh-tokoh besar contohnya H. Junaidi Hamsyah yang merupakan mantan Gubernur Bengkulu lulusan dari STAIN Bengkulu, Ketua KPU Provinsi saat ini Irwan Satria yang juga lulusan dari kampus kita dan masih banyak tokoh-tokoh lainnya seperti menjadi dosen, guru dan segala bidang lainnya. Reputasi dalam bidang akademik, seperti penelitian dari pengembangan kurikulum yang dapat membantu pemerintah dalam penerapan kurikulum khususnya pengembangan pendidikan di daerah. Untuk membangun sebuah reputasi bukan hal yang mudah dan dalam jangka waktu yang pendek. Pembangunan reputasi ini telah dibangun sejak berdirinya perguruan tinggi sesuai dengan tagline dari era STAIN sampai IAIN Bengkulu *“Center of Excellence”* yang berarti pusat keunggulan ilmu pengetahuan terlebih dalam keilmuan keagamaan Islam. Dimana setiap lulusan IAIN Bengkulu wajib dapat membaca dan memahami kandungan Al-Quran terlihat pada saat penerimaan mahasiswa baru (Jalur Mandiri) calon mahasiswa wajib dapat membaca Al-Quran. Kegiatan penjaringan beasiswa salah satu sayaratnya yakni dapat membaca Al-Quran dengan baik dan benar. Karena kedepan integrasi keilmuan pada saat alih status menjadi UIN walaupun terdapat program studi umum setiap lulusan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu wajib memahami ilmu keagamaan Islam.

Evaluasi program humas dapat dibagi atas tiga tahapan utama yakni evaluasi tahap persiapan, evaluasi tahap pelaksanaan dan evaluasi tahap dampak atau efek. Praktisi humas yang menilai keberhasilan program humas berdasarkan jumlah ekspos media massa yang diterima organisasi atau perusahaan, maka humas baru dapat melaksanakan evaluasi tahap

pelaksanaan. Sedangkan praktisi humas menilai keberhasilan program kehumasan berdasarkan pada peningkatan kesadaran atau perubahan pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak, maka humas telah melakukan evaluasi pada tahap efek atau dampak. (Morissan, 2008: 190). Pengukuran pelaksanaan dari subbag humas, publikasi dan dokumentasi termasuk dalam alih status IAIN Bengkulu menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yakni terlihat dari reputasi IAIN Bengkulu saat beralih status. Dari sisi perubahan status tentunya ini merupakan reputasi yang sangat baik bagi lembaga. Tanpa adanya reputasi yang baik dimata masyarakat tidak mungkin sebuah lembaga dapat mengembangkan diri sampai seperti ini. Terkhusus kita mulai dari zaman STAIN, IAIN hingga saat ini akan beralih status menjadi UIN. Salah satu syarat alih status tersebut yakni dukungan dari pemerintah dan masyarakat melalui organisasi-organisasi. Tentunya dukungan tersebut dapatkan pasti memiliki pertimbangan khusus misalnya perlu adanya perguruan tinggi yang kompeten dan lebih memiliki peluang agar masyarakat sekitar dapat menikmati pendidikan sampai jenjang perguruan tinggi. Selain itu pembangunan reputasi IAIN Bengkulu juga dapat dinilai dari masuknya IAIN Bengkulu kedalam sebagai perguruan tinggi terbaik se-PTKIN masuk 7 besar versi *webometrics* pada Juli 2019, hal ini membuktikan bahwa kinerja kita sudah dinilai cukup baik.

KESIMPULAN

Strategi humas dalam upaya *branding* perguruan tinggi telah sesuai dengan visi, misi dan tujuan dari perguruan tinggi. Strategi *branding* hubungan masyarakat (humas) Institusut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu berperan penting pada *branding* alih status IAIN Bengkulu menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu agar dikenal oleh publik. Maka humas perguruan tinggi tentu memiliki strategi yang tepat seperti penggunaan teknologi yang saat ini sedang berkembang, sehingga dapat menarik minat publik yang berada di Bengkulu ataupun publik di luar Bengkulu untuk dapat melanjutkan pendidikan di IAIN Bengkulu yang akan beralih status menjadi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Strategi humas merupakan sebuah publisitas yang dilakukan subbag humas, publikasi dan dokumentasi IAIN Bengkulu dalam membangun reputasi. Stretegi dalam membangun reputasi dilakukan dengan menyajikan informasi kegiatan dan keunggulan melalui media resmi IAIN Bengkulu seperti website (www.iainbengkulu.ac.id), *instagram*



(@humasiainbengkulu), *fanspage facebook* (@IAIN Bengkulu dan @Humas IAIN Bengkulu), *youtube* (IAIN Bengkulu TV) dan *twitter* (@iainbengkulu) dan media yang bekerjasama dengan IAIN Bengkulu dalam membantu menyebarkan pemberitaan kepada masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

A. M. Morissan. *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

Afkarina, N. I. 2018. Strategi komunikasi humas dalam membentuk public opinion lembaga Cutlip, S.M.,Center,A.H. & Broom, G.M. *Effective Public Relations. Edisi keenam*. (New Jersey: Prentice Hall, 1994). Dikuti dalam Kusumastuti, Frida. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Cutlip, S.M., Center,A.H. & Broom, G.M. *Effective Public Relations. Edisi keenam*. New Jersey: Prentice Hall, 1994.

Daryanto dan Abdullah. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013

Hadiprashadana, Dhanurseto. *Dokumenter Sebuah Refleksi Terhadap Karya Dokumenter*. Yogyakarta: Anugerah Mataram Sejahtera, 2009.

Kusumastuti, Frida. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Saifudin dan Arikunto, 2009, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Santoso S. Hamijaya, dalam bukunya Ahmad Rohani. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Zulkarnain Nasution. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.