

**STRATEGI HUMAS UIAD DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MAHASISWA BARU**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Diajukan Oleh :
Kurniawan Tri Udayana
NIM. 200208017

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMADDAHLAN SINJAI
TAHUN 2023/2024**



**STRATEGI HUMAS UIAD DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MAHASISWA BARU**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Diajukan Oleh :

Kurniawan Tri Udayana

NIM. 200208017

Pembimbing:

1. Dr. Muhlis, M.Sos.I.
2. Muhammad Kadir, S.Pd.,M.Pd.

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
TAHUN 2023/2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kurniawan Tri Udayana

Nim : 200208017

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Menyatakan
dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditujukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 02 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



Kurniawan Tri Udayana
200208017

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul, Strategi Humas UIAD dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru yang ditulis oleh Kurniawan Tri Udayana Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 200208017, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, 15 Agustus 2024 M bertepatan dengan 10 Shafar 1446 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Dewan Penguji

(Dr. Suriati, M.Sos.I.)

Ketua

(.....)

(Dr. Jamaluddin, M.Pd.)

Sekretaris

(.....)

(Dr. Suriati, M.Sos.I.)

Penguji I

(.....)

(Siar Ni'mah S.Ud.,M.Ag.)

Penguji II

(.....)

(Dr. Muhlis, M.Sos.I.)

Pembimbing I

(.....)

(Muhammad Kadir, S.Pd.,M.Pd.)

Pembimbing II

(.....)

Mengetahui:
Dekan FUKIS UIAD,

Dr. Faridah, M.Sos.I.
NIM. 1212 774

ABSTRAK

Kurniawan Tri Udayana (2002080017) Penelitian ini membahas *Strategi Humas Kampus Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai*. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi Humas yang efektif yang dapat diterapkan oleh Kampus dalam konteks Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana Strategi Humas kampus dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru Di Universitas Islam Ahmad Dahlan(2)Bagaimana Meningkatkan Kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Adapun Jenis penelitian ini adalah Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi Terkait Strategi Humas Kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru .

Hasil penelitian menunjukkan, (1) Strategi Humas kampus dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru Di Universitas Islam Ahmad Dahlan: Pengumpulan data awal (*Fact Finding*), *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemograman), Pelaksanaan Kegiatan (*Communicating*),Evaluasi Program. Bentuk Strategi komunikasi tersebut yaitu: komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, dan komunikasi vertikal (2) Meningkatkan Kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai yaitu: komunikasi yang baik antar , partisipasi Seluruh Civitas akademik dna mahasiswa, kerja sama antara sesama Staf, sarana dan prasarana yang memadai, serta sumber daya manusia (SDM). Melakukan evaluasi setiap pekanTerkait kekurangan dari hari-hari sebelumnya

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Humas, Mahasiswa Baru*

ABSTRACT

Kurniawan Tri Udayana (2002080017). *The Public Relations Strategy of UIAD in Increasing the Number of New Students.* Undergraduate Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication, Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai, 2024.

This study aims to identify effective Public Relations strategies that can be applied by the university in the context of increasing the number of new students at Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

The objectives of this research are to determine: (1) How the university's Public Relations strategies are implemented to increase the number of new students at Universitas Islam Ahmad Dahlan, and (2) How to enhance the awareness and interest of prospective students toward Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. This research employs a phenomenological qualitative approach. Data collection techniques include interviews, documentation, and observation. The data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, and conclusion/verification related to the Public Relations strategies carried out through social media to increase new student enrollment.

The research findings indicate that: (1) The Public Relations strategies implemented by the university to increase the number of new students at Universitas Islam Ahmad Dahlan include: initial data collection (Fact Finding), planning and programming, activity implementation (Communicating), and program evaluation. These communication strategies involve one-way communication, two-way communication, and vertical communication. (2) Increasing the awareness and interest of prospective students toward Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai is achieved through effective communication, the participation of the entire academic community and students, cooperation among staff members, adequate facilities and infrastructure, as well as competent human resources. Weekly evaluations are also carried out to identify and improve shortcomings from previous activities.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, New Students

مستخلص البحث

كورنياوان تري أوداينا (٢٠٠٢، ٨٠٠، ١٧). استراتيجية العلاقات العامة في جامعة أحمد دحلان الإسلامية لزيادة عدد الطلاب الجدد. الرسالة العلمية. سنجائي: قسم الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية أصول الدين والاتصال الإسلامي، جامعة أحمد دحلان الإسلامية، سنجائي، ٢٠٢٤.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة يمكن للجامعة تطبيقها في سياق زيادة عدد الطلاب الجدد في جامعة أحمد دحلان الإسلامية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد: (١) كيفية تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة في الجامعة لزيادة عدد الطلاب الجدد في جامعة أحمد دحلان الإسلامية، و(٢) كيفية تعزيز وعي الطلاب المحتملين واهتمامهم بجامعة أحمد دحلان الإسلامية. يعتمد هذا البحث على منهج نوعي ظاهري. وتشمل أساليب جمع البيانات المقابلات والتوثيق والملاحظة. تتكون تقنيات تحليل البيانات من اختزال البيانات وعرضها والاستنتاج/التحقق فيما يتعلق باستراتيجيات العلاقات العامة التي يتم تنفيذها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تسجيل الطلاب الجدد. تشير نتائج البحث إلى أن: (١) تشمل استراتيجيات العلاقات العامة التي تنفذها الجامعة لزيادة عدد الطلاب الجدد في جامعة إسلام أحمد دحلان ما يلي: جمع البيانات الأولية (تقصي الحقائق)، والتخطيط والبرمجة، وتنفيذ الأنشطة (التواصل)، وتقييم البرنامج. تتضمن استراتيجيات الاتصال هذه التواصل أحادي الاتجاه، والتواصل ثنائي الاتجاه، والتواصل الرأسي. (٢) يتم تحقيق زيادة وعي واهتمام الطلاب المحتملين بجامعة إسلام أحمد دحلان سنجائي من خلال التواصل الفعال، ومشاركة المجتمع الأكاديمي بأكمله والطلاب، والتعاون بين أعضاء هيئة التدريس، والمرافق والبنية التحتية الكافية، بالإضافة إلى الموارد البشرية الكفؤة. كما يتم إجراء تقييمات أسبوعية لتحديد أوجه القصور في الأنشطة السابقة وتحسينها.

الكلمات الأساسية: استراتيجية الاتصال، العلاقات العامة، الطلاب الجدد

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العلمين و الصلاة والسلام على اشر فالانبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى اله
واصحابنا بهاجمين اما بعد

Tiada kata yang paling indah selain puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada ditangan-Nya, sehingga tidak ada segelintir embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi ini yang berjudul “Strategi Humas Kampus Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai” yang merupakan syarat dalam rangka penyelesaian studi untuk menempuh gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam di Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan proposal skripsi ini. Dalam kesempatan baik ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya. Terima kasih telah mendidik dan membesarkan penulis.
2. Dr. Suriati, M.Sos.I., selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
3. Dr. Jamaluddin., S.Pd.I., M.Pd.I., selaku wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.

4. Dr. Rahmatullah, M. A., selaku wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
5. Dr. Muhlis, S.Kom.I. M.Sos.I., selaku wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
6. Dr. Faridah S.Kom.I. M.Sos.I, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
7. Dr. Muhlis, S.Kom.I. M.Sos.I., selaku pembimbing I, dan Muhammad Kadir, S.Pd.,M.Pd., selaku pembimbing II.
8. Dr. Suriyati, M.Pd.I., Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai.
10. Seluruh pegawai dan jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai yang telah membantu kelancaran akademik.
11. Kepala dan Staff Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
12. Teman-teman mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 02 Agustus 2024

Kurniawan Tri Udayana
NIM. 200208017

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
B. Definisi Operasional	20
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Instrumen Penelitian	22
G. Keabsahan Data	23
H. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum	27
B. Hasil Penelitian	32
C. Pembahasan	43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia yang semakin maju dan ultramodern terus menuntun perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, di bidang komunikasi contohnya, manusia pada awalnya berkomunikasi menggunakan gambar, kemudian dari gambar menjadi huruf dan berkembang menjadi tulisan, dari tulisan tersebut kemudian manusia mampu berkomunikasi dengan menjangkau jarak yang jauh menggunakan surat, dan sampailah pada periode yang serba digital seperti sekarang dimana semua orang dapat bertukar informasi dan berkomunikasi hanya dalam genggam media sosial atau internet. Media sosial merupakan salah satu produk yang lahir di periode *new media* yang berbasis koneksi internet, para penggunaannya bisa berhubungan secara cepat dan mudah satu dengan yang lain walaupun dipisahkan oleh bentang jarak dan waktu. Ada banyak sekali jenis dan bentuk media sosial yang beredar di masyarakat saat ini dengan mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing masing.

Pendidikan bukan hanya *transfer of knowledge* tetapi juga merupakan proses transmisi nilai-nilai tertentu untuk membantu pelajar menjalani kehidupan yang baik. Pendidikan yang berorientasi nilai memiliki tujuan untuk memperkenalkan kebaikan manusia. Tanggung jawab guru, baik sebagai inspirator, korektor, informator, organisator, motivatr, inovator, mediator, fasilitator, dan evaluator, harus bias dijalankan secara profesional dan optimal (Sudirman P, Hardianto Rahman, 2019).

Media Sosial adalah sekelompok aplikasi berbasiskan internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan terbentuknya kreasi pertukaran isi informasi dari pengguna internet. Contoh dari media sosial yang berkembang saat ini adalah Twitter, Facebook, Myspace, Youtube, TikTok, Instagram, Path, Whatsapp, Line, dan lain-lain. Media sosial memiliki perbedaan dengan media komunikasi pemasaran lainnya, yaitu *Always On* dan *Everywhere* Pengguna

media sosial dapat mengakses kapan saja dan dimana saja, karena selain diakses melalui komputer dapat diakses melalui mobile atau smartphone. Hal tersebut yang memberikan peluang bagi para pemasar untuk dapat melakukan komunikasi pemasaran kapan saja dan dimana saja (Moriandiah, 2022).

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Karakteristik dalam bermedia sosial yakni mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran voting, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”, Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

Melihat luasnya ruang lingkup pekerjaan praktisi humas, sudah sepatutnya untuk para praktisi humas menggunakan media sosial dalam membantu pekerjaan-pekerjaan mereka yang berhubungan dengan kehumasan. PT Pupuk Sriwidjaja Palembang yang dikenal sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi Pupuk Urea terbesar di Indonesia dan didalamnya menaungi Departemen Humas yang memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi seperti media sosial instagram untuk mendukung dan mempermudah pekerjaan, tugas-tugas serta fungsi Departemen Humas.

Dalam Undang-undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi pada pasal 1 ayat 9 yang menjabarkan tentang tugas dan kemudian fungsi dan tanggung jawab perguruan tinggi yaitu dalam Tridharma perguruan tinggi yaitu pertama fungsi pengajaran, kedua penelitian. ketiga, yaitu pengabdian masyarakat. Untuk menjalankan ketiga fungsi tersebut diperlukan interaksi antara perguruan tinggi dengan masyarakat/masyarakat, masyarakat sebagai mitra. Interaksi ini merupakan tugas dari bagian Humas. Persaingan global semakin menuntut perguruan tinggi untuk secara proaktif melakukan perbaikan sistem internal berbasis kehumasan, salah satu contohnya adalah peningkatan intensitas komunikasi antar civitas akademika internal untuk menghasilkan pengelolaan informasi yang efektif dan efisien. Manajemen Humas perguruan tinggi semakin penting keberadaannya untuk menjawab berbagai persoalan dan tuntutan yang sering muncul di masyarakat. Berdasarkan pemaparan di atas, perguruan tinggi harus memiliki kehumasan yang memiliki kinerja optimal sehingga kualitas perguruan tinggi dapat dimaksimalkan dengan menggunakan sumber daya manusia yang terdapat dalam kehumasan (Kementrian Hukum dan HAM, 2022).

Menurut Adnaputra mengatakan bahwa arti Strategi Humas Kampus adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan Humas Kampus dalam kerangka suatu rencana Humas Kampus. Nova (2022) menjelaskan, strategi Humas Kampus ialah *Publications* (publikasi) adalah cara PR dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya, Event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR, dan News (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak.

Strategi menurut adalah “sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.” Strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan tindakan yang ditujukan

untuk mencapai Strategi menurut Thompson adalah “sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.” “Strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan - tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah kemenangan” Wikipedia (2022) (Rahutomo, 2022).

Jadi dapat disimpulkan bahwa Strategi Humas kampus adalah serangkaian upaya yang sistematis untuk mengelola citra dan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, staf, masyarakat, dan mitra eksternal. Ini melibatkan berbagai kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman, apresiasi, dan dukungan terhadap institusi pendidikan tinggi tersebut. Ini melibatkan pengelolaan reputasi untuk memperkuat citra positif kampus dan mengatasi masalah yang mungkin muncul. Strategi ini juga mencakup komunikasi eksternal melalui media massa, media sosial, acara publik, dan kampanye informasi.

Selain itu, strategi Humas kampus mencakup promosi pendidikan dan penelitian untuk memperkenalkan keunggulan kampus melalui publikasi ilmiah, konferensi, dan kegiatan promosi lainnya. Membangun hubungan yang baik dengan media, pemerintah, industri, dan masyarakat umum juga merupakan bagian penting dari strategi ini.

Persiapan dan respons terhadap situasi krisis juga termasuk dalam strategi Humas, untuk menjaga reputasi kampus dalam situasi-situasi darurat. Selain itu, membangun identitas visual yang kuat dan pesan merek yang konsisten merupakan bagian dari upaya branding kampus. Terakhir, strategi Humas kampus melibatkan analisis dan evaluasi yang terus-menerus untuk mengukur efektivitas inisiatif komunikasi dan memperbaiki strategi secara berkelanjutan.

Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai (UIAD Sinjai) bertujuan untuk menjadi pusat pendidikan unggulan yang menarik bagi calon mahasiswa baru. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam memperluas jangkauan dan mempromosikan universitas kepada calon

mahasiswa. Dengan demikian, Humas kampus memainkan peran yang krusial dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru.

Humas dalam melaksanakan tugasnya bukan pekerjaan yang mudah. Humas dikerjakan oleh orang-orang yang selalu berfikir kreatif dan inovatif untuk dapat menarik minat calon mahasiswa baru. Tugas sebagai Humas sangat berat dan luas. Karena itu, Humas harus mempunyai perencanaan dalam menyusun strategi dan selalu berfikir konseptual dalam arti memperoleh kebenaran, usaha dan pola berfikir untuk mencapai tujuan dan sasaran. Universitas Ahmad Dahlan Sinjai sebagai sebuah lembaga pendidikan harus mampu memberikan pendidikan yang baik kepada mahasiswa dan harus mampu membentuk Humas yang dapat menjalin hubungan yang baik kepada masyarakat terutama pada calon mahasiswa baru. Menjalinkan hubungan yang baik kepada masyarakat dimaksudkan agar dapat memberikan informasi yang cukup kepada calon mahasiswa baru, utamanya kepada calon mahasiswa yang jauh di pelosok desa.

Dari hasil wawancara dari observasi awal yang dilakukan pada humas kampus, peneliti menemukan bahwa pada Tahun 2021, Jumlah mahasiswa baru berjumlah 300, terjadi penurunan pada Tahun 2022 berjumlah 278, kemudian terjadi peningkatan pada Tahun 2023 yang berjumlah 420. Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah mahasiwa baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai mengalami fluktuasi (Naik-turun).

Membangun citra kampus yang positif tidaklah mudah karena membutuhkan banyak dukungan dan usaha yang sama besarnya. Humas mampu mempresentasikan konsep tepat waktu untuk memunculkan minat mahasiswa baru. Dalam membangun citra kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan, Humas tentunya akan banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menggugah simpati masyarakat dan untuk memunculkan minat calon mahasiswa baru. Misalnya, memberikan penyuluhan dan pelayanan yang unggul, melakukan pengabdian kepada masyarakat, sosialisasi di sekolah-sekolah, membangun hubungan dengan instansi dan berbagai pihak

pemerintah maupun swasta, Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas Islam Ahmad Dahlan, membuat baliho, poster serta iklan-iklan digital seperti poster ataupun pamflet yang disebarakan melalui media online. Hingga pada hari ini, humas mengelola beberapa akun media sosial, diantaranya: *uiadsinjai_official* (Instagram), UIAD Sinjai (Facebook), *@uiad_sinjai* (Twitter), *@uiadsinjai_official* (TikTok), UIAD Sinjai *Official* (Youtube). Dari uraian diatas, Penulis memilih judul Tentang Strategi Humas Dalam Meningkatkan Mahasiswa Baru

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan permasalahan dalam penelitian agar tidak meluas maka perlu untuk melakukan pembatasan masalah permasalahan penelitian terkhusus pada Strategi Humas Dalam Meningkatkan Mahasiswa Baru. Adapun batasan permasalahan penelitian yaitu :

1. Strategi Humas
2. Pengelolaan media sosial
3. Meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Kampus UIAD Sinjai

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah yang dapat diuraikan diatas maka peneliti merumuskan masalah yaitu

1. Bagaimana Strategi Humas kampus dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru Di Universitas Islam Ahmad Dahlan?
2. Bagaimana Meningkatkan Kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap Universitas Islam Ahmad Dahlan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan Strategi Humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru.
2. Untuk Mengetahui Cara Meningkatkan Kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap Universitas Islam Ahmad Dahlan

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana strategi yang dilakukan Universitas Islam Ahmad Dahlan dalam meningkatkan calon mahasiswa baru.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membuat kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan untuk lebih meningkatkan Penggunaan media sosial dalam menarik minat calon mahasiswa baru.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Humas Kampus

a. Definisi Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu Strategos dimana kata tersebut merupakan gabungan dari kata stratos atau yang berarti tentara dan juga ego yang berarti pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau juga skema untuk mencapai sebuah sasaran yang hendak dituju. Jadi oleh karena itu, pada dasarnya strategi ini merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah suatu seni dengan menggunakan kecakapan dan juga sumber daya dari suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarnya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dimana kondisi yang paling menguntungkan (ANAMONI, 2022).

Strategi secara etimologi adalah cara atau keahlian dalam mengatur atau merencanakan, sedangkan secara terminologi merupakan ilmu merencanakan atau mengarahkan sesuatu. Istilah Strategi mula-mula dipakai di kalangan militer dan diartikan sebagai seni dalam merancang (operasi) peperangan, terutama yang erat kaitannya dengan gerakan pasukan dan navigasi ke dalam posisi perang yang dipandang paling menguntungkan untuk memperoleh kemenangan. Penetapan strategi tersebut harus didahului oleh analisis kekuatan musuh yang meliputi jumlah personal, kekuatan senjata, kondisi lapangan, posisi musuh, dan sebagainya. Dalam perwujudannya, strategi tersebut akan dikembangkan dan dijabarkan lebih lanjut menjadi tindakan- tindakan nyata dalam medan pertempuran (Mohammad Asrori, 2021).

Berdasarkan yang dijelaskan diatas maka, dapat dikatakan bahwa, strategi adalah seni yang memadukan kecakapan dan sumber daya organisasi dengan skema yang efektif untuk mencapai tujuan dalam lingkungan menguntungkan.

Menurut Iman Mulyana strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif yang terbaik, terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu: kemampuan, sumberdaya, lingkungan dan tujuan, empat unsur tersebut sedemikian rupa disatukan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa alternatif pilihan yang kemudian dievaluasi dan diambil yang terbaik, lantas hasilnya diumumkan secara tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada lingkungan operasional (Akay et al., 2021).

Strategi ini juga bermanfaat ketika diterapkan karena akan membantu siswa yang kurang memahami dalam pembelajaran. Dengan diterapkan strategi pembelajaran aktif tersebut, diharapkan siswa dapat terlibat dalam pembelajaran sejak awal pertemuan hingga akhir dan tetap mempunyai perhatian ketika pengajar menyampaikan materi. Selama penyampaian materi siswa dituntut untuk mencocokkan prediksi-prediksi mereka dengan materi yang disampaikan oleh guru, sehingga proses belajar mengajar yang berlangsung di kelas akan menyenangkan dan siswa tidak akan bosan dan mampu memahami yang akan disampaikan karena dalam strategi pembelajaran aktif tersebut tidak hanya guru yang berperan aktif tapi juga siswa ikut aktif (Fitriani & Kadir, 2019).

b. Definisi Humas

1) Pengertian Humas

Hubungan masyarakat (humas) adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu, organisasi, dan masyarakat. Humas merupakan terjemahan istilah dari bahasa Inggris public relation sering disingkat PR atau hubungan publik. Menurut International Public Relations Association (IPRA), humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (public) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya

dengan penelitian opini publik diantara mereka.(*Humas Hubungan Masyarakat*, 2019)

Menurut *International Public Relations Association* (IPRA), humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (public) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka (Ruslan, 2012).

Hubungan masyarakat atau yang kita kenal sebagai humas merupakan sosok figur yang menjalin hubungan dengan masyarakat melalui cara yang terencana atau dapat dikatakan humas merupakan suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai rangkaian kampanye atau program terpadu. Semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.(M.linggar Anggoro, 2020)

Hubungan masyarakat ditunjukan untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (good will) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan public.(Sulistroyini, 2021)

Strategi humas adalah rencana yang disusun oleh departemen atau tim humas suatu organisasi untuk mengelola dan mempengaruhi persepsi publik terhadap organisasi tersebut. Strategi ini mencakup langkah-langkah konkret yang dirancang untuk membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan dengan para pemangku kepentingan (stakeholders), dan menangani isu-isu atau krisis komunikasi yang mungkin muncul (Ardhoyo,2013).

Strategi humas kampus mengacu pada langkah-langkah yang diambil oleh departemen humas atau lembaga humas di sebuah institusi pendidikan tinggi (kampus) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu.

Strategi humas kampus ini mungkin mencakup berbagai tindakan komunikasi yang direncanakan dan dilaksanakan untuk mempromosikan citra positif kampus, meningkatkan kesadaran akan program-program akademik atau kegiatan ekstrakurikuler, membangun hubungan dengan berbagai pihak, dan mengatasi tantangan komunikasi tertentu.

strategi humas kampus biasanya mencakup analisis terhadap berbagai strategi komunikasi yang digunakan, evaluasi efektivitasnya, serta implikasi praktis dan teoritisnya. Hal ini dapat mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana institusi pendidikan tinggi memanfaatkan media sosial, acara-acara publik, materi promosi, kerjasama dengan media, dan berbagai alat komunikasi lainnya untuk mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan (Ayudia & Wulandari, 2021).

2) Peran Humas

Humas dalam lembaga pendidikan memiliki peran yang sangat vital untuk itu perlu adanya sosok yang ideal untuk menjalankan peran humas, adapun peran ideal yang harus dimiliki oleh humas dalam menjalankan strategi suatu lembaga pendidikan antara lain sebagai berikut;

- a) Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi kepada pihak masyarakatnya. Tugas tersebut akan terpenuhi dengan baik apabila manajemen humas yang bersangkutan lebih memahami atau menyakini informasi yang akan disampaikannya itu.
- b) Bertindak sebagai radar, tetapi juga harus mampu memperlancar pelaksanaannya jangan sampai informasi tersebut membingungkan atau menghasilkan sesuatu yang kadang-kadang tidak jelas arahnya sehingga informasi menjadi lebih sulit untuk diterima oleh masyarakat.
- c) Pihak manajemen humas memiliki kemampuan untuk melihat kedepan atau memprediksi suatu secara tepat yang didasarkan

kepada pengetahuan akan data atau sumber informasi aktual dan faktual yang menyangkut kepentingan lembaga pendidikan maupun Masyarakat (Rosady ruslan, 2021).

3) Fungsi Humas

Rhenald Kasali dari perspektif yang berbeda menyatakan public relations sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik. Fungsi humas kampus secara garis besar sebagai berikut;

- a) Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dan publiknya.
- b) Melayani kepentingan publik dengan baik.
- c) Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (Rahmat Kryantono, 2022)

Berdasarkan fungsi public relations yang telah dipaparkan, fungsi public relations dapat diartikan sebagai seorang komunikan yang menciptakan hubungan yang harmonis, melayani kepentingan publik, dan menjaga moralitas lembaga pendidikan guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik.

Adapun ayat yang menyangkut tentang fungsi Humas yang terdapat pada Surah Ali Imran (3) Ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Terjemahnya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Ayat diatas menekankan pentingnya peran umat dalam menyuarakan kebaikan, mempromosikan yang baik, dan mencegah yang buruk. Dalam konteks fungsi humas, ayat ini mencerminkan

tanggung jawab seorang praktisi humas untuk menjadi pembawa pesan yang bertanggung jawab, menyebarkan informasi yang positif dan bermanfaat, serta mengelola komunikasi dengan efektif untuk memperkuat citra organisasi atau individu yang mereka wakili. Dengan mempraktikkan nilai-nilai yang terkandung dalam ayat ini, seorang humas dapat mencapai kesuksesan dalam mencapai tujuan komunikasi dan menjaga reputasi yang baik

4) Tujuan Humas

Tujuan strategi humas tidaklah lepas dari tujuan humas, menurut Frida Kusumastuti bahwa tujuan humas adalah terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi), menjaga dan membentuk saling percaya, (aspek eteksi), memelihara dan menciptakan kerja sama (aspek psikomotoris).(Frida Kusumastuti, 2022)

Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan tujuan utama public relations adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, serta persepsi, sikap dan opininya terhadap suatu kesuksesan sebuah Perusahaan (Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, 2022).

Menurut Kotler dan Amstrong tujuan public relations meliputi:

- a) Membangun kesadaran. Public relations dapat membuat cerita yang semenarik mungkin yang dimasukan dalam media untuk menarik minat dari para konsumennya, baik itu produk atau jasa yang ditawarkan.
- b) Membangun kredibilitas dapat dibangun dengan mengkonsumsi pesan dalam suatu konteks editorial.
- c) Mendorong wiraniaga dan penyalur. Dengan dijalankan suatu program public relations, hal ini dapat mendorong keinginan wiraniaga dan penyalur.
- d) Citra yang baik berasal dari cerita baik yang pernah dibangun, hal ini mendorong pula minat wiraniaga tersebut untuk menjual produk yang dikeluarkan perusahaan kepada pengecer.(Philip

Kotler dan Garry Armstrong, 2008) Berdasarkan pemaparan pakar tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi disatu pihak dan dengan publik dilain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik yang diwujudkan membuat melalui cerita yang menarik.

2. Definisi Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Era digital merupakan sebuah kondisi kehidupan yang didalam proses perjalanan aktivitasnya didukung dengan kecanggihan teknologi, sehingga kegiatan yang dilakukan semakin mudah. Kehadiran era digital dinilai mampu merubah bahkan menggantikan beberapa teknologi di masa dulu menjadi lebih update dan modern. Teknologi digital ini sendiri merupakan teknologi yang menggunakan komputerisasi yang harus dihubungkan dengan Internet.

Perkembangan itu diawali dengan adanya perkembangan komputer yang lambat laun semakin beragam spesifikasinya. Berlanjut dengan munculnya internet yang memberikan masyarakat mudah untuk mengakses sebuah informasi yang dibutuhkan. Perkembangan internet semakin berkembang pesat, ketika teknologi internet bisa diakses masyarakat melalui perangkat elektronik mobile atau telepon genggam.

Perangkat yang sering dikenal dengan sebutan telepon pintar atau gawai ini penggunaanya juga semakin populer, banyak perusahaan elektronik berlomba-lomba mengeluarkan produk gawai. Fitur-fitur canggih yang serba digital akhirnya bermunculan, salah satunya adalah media sosial.

Media sosial merupakan platform online yang membuat penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi dan menciptakan ide. Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok

aplikasi yang berbasis internet. Jenis-jenis media sosial yang populer dikalangan masyarakat Indonesia seperti instagram, facebook, youtube, twitter, Tik-Tok dan sebagainya.

Aplikasi yang menawarkan beragam fitur serta manfaat menjadikan media sosial banyak digandrungi oleh masyarakat. Pengguna aktif media sosial di Indonesia sendiri telah mencapai 191 juta orang, salah satunya adalah Perguruan Tinggi Stikes Banyuwangi. Stikes Banyuwangi merupakan salah satu perguruan tinggi kesehatan swasta yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk pelayanan yang diberikan kepada pengguna Stikes Banyuwangi. Dalam hal ini, pengguna yang dimaksud adalah mahasiswa, dosen, karyawan, mitra kerja dan alumni.

b. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015) ada enam kategori besar media sosial yaitu;

- 1) *Social Networking*. *Social networking* merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.
- 2) *Blog*. *Blog* adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.
- 3) *Microblogging*. *Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini

merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

- 4) *Media Sharing*. Media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photobucket, atau Snapfish.
- 5) *Social Bookmarking*. Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, di Indonesia sendiri yaitu Lintas Me.
- 6) *Wiki Wiki*. atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

B. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan penelusuran penelitian terkait terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan penulis diantaranya adalah :

1. Hasil Penelitian Elisabeth Agita Sari dan Lina Sinatra Wijaya (2020)
 Penelitian Elisabeth Agita Sari dan Lina Sinatra Wijaya berjudul “strategi promosi melalui direct marketing untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru.” Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses direct marketing yang dilakukan oleh humas kampus atau biro promosi Universitas Kristen Satya Wacana di beberapa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang ada di Solo, Semarang dan Salatiga (Jawa Tengah) serta apakah strategi promosi melalui direct marketing yang dilakukan oleh Universitas Kristen Satya Wacana berdampak pada peningkatan jumlah

mahasiswa atau tidak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Universitas Kristen Satya Wacana telah melaksanakan beberapa strategi *promosi direct marketinng* yaitu melalui *face to face selling* (personal selling) dengan mengikuti expo pendidikan dan melaksanakan presentasi di SMA-SMA di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu Universitas Kristen Satya Wacana juga melakukan periklanan di beberapa media promosi seperti bulletin, koran dan brosur. Universitas Kristen Satya Wacana juga melakukan promosi melalui saluran online (internet), *direct mail* serta *telemarketing* melalui via telepon dan whatsapp. Sejauh ini biro promosi Universitas Kristen Satya Wacana sudah melakukan strategi-strategi tersebut dengan baik, beberapa strategi yang sudah dilakukan tersebut yang paling berimbas pada peningkatan jumlah mahasiswa yaitu melalui kegiatan *face to face selling* khususnya kegiatan expo dan presentasi di sekolah-sekolah. Karena selain dapat bertemu dan berinteraksi secara langsung dengan target sasaran, tim promosi Universitas Kristen Satya Wacana juga memiliki keunikan tersendiri dalam penyampaian informasi yaitu menyampaikan informasi yang sama namun dengan cara yang berbeda dengan menyesuaikan kondisi dan situasi target sasaran (Elisabeth Agita Sari, 2022). Persamaan penelitian diatas dengan skripsi penulis yaitu, strategi untuk meningkatkan jumlah mahasiswa. Perbedaannya penelitian diatas yaitu membahas tentang promosi melalui direct marketing

2. Hasil Penelitian Dwi Nur Rochman (2022)

Penelitian Dwi Nur Rochman (2017), berjudul “Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa”. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi, dampak promosi dan juga kendala. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan strategi promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya menggunakan bauran promosi yang mana terdiri

dari 5 (lima) jenis promosi, yaitu : periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan informasi dari mulutke mulut (*word of mouth*). Dampak promosi yang dilakukan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dapat dilihat dari peningkatan jumlah mahasiswa baru dari tahun ke tahun. Promosi yang dilakukan dengan maksimal akan berdampak pada meningkatnya jumlah mahasiswa baru di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, begitupula sebaliknya apabila promosi yang dilakukan kurang maksimal akan berdampak pada menurunnya jumlah mahasiswa baru (Dwi Nur Rochman, 2022) Persamaan penelitian Dwi Nur Rochman dengan penelitian saat ini adalah strategi dalam meningkatkan kuantitas mahasiwa. Perbedaanya yaitu membahas strategi promosi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, Penelitian Kualitatif merupakan suatu strategi yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, symbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode bersifat alami, dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta secara naratif .(Muri Yusuf, 2017)

Penelitian Kualitatif untuk menemukan jawaban terhadap fenomena dengan mendeskripsikan secara kritis atau menggambarkan peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat untuk mencari makna yang sesungguhnya. Hal ini sangat penting, mengingat fenomena yang diangkat oleh penulis untuk mengungkapkan Strategi Humas Kampus Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru, dalam menyampaikan suatu pesan atau materi agar memaksimalkan penerimaan mahasiswa baru.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian menggunakan metode fenomenologi, pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Bikken dalam bukunya Muri Yusuf mengemukakan, bahwa fenomenologi merupakan penelitian fenomenologis ini sebagai penelitian berbasis bukti dan sekaligus pengajaran berbasis bukti dan memberi penjelasan dan batasan lebih detail, yakni penelitian ini mencakup penggunaan subjek yang dikaji dan kumpulan berbagai data empiris studi kasus.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, di mana data yang dikumpulkan bukan berupa angka tetapi terdiri dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, memo, dan dokumen resmi lainnya. Pendekatan penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang dikaji, yaitu Strategi Humas

kampus melalui media sosial dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022, hanya dapat dijelaskan melalui kata-kata dan kalimat yang bermakna yang menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

B. Definisi Operasional

Berdasarkan kajian teori yang telah dibahas pada BAB II, Maka definisi operasional tentang Strategi Humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru, membahas tentang bagaimana Humas kampus mengelolah media sosial untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

C. Tempat Dan Waktu penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Kec. Sinjai Utara.

2. Waktu penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini selama 2 terhitung dari bulan Juni dan Bulan Juli

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu Strategi Humas Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru..

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu Strategi Humas Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. Di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Di Sinjai Utara.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, pencatatan secara otomatis pada suatu keadaan yang diamati (Alhamid, T ., & Anufia, 2019).

Kegiatan observasi gunakan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan langsung ke Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Metode observasi digunakan peneliti untuk menguatkan data awal yang diperoleh dari proses observasi awal peneliti, data dari informan serta keadaan nyata yang dihadapi oleh Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan dialog atau komunikasi yang dilakukan untuk mengumpulkan data dari informan. Wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data atau objek penelitian.(Tanzeh, 2011)

Pada proses wawancara seorang peneliti juga harus mempunyai kompetensi dalam menyelidiki dan memperoleh kedalaman informasi yang.(Hanurawan, 2016) Adapun Tahapan wawancara, yaitu; tahap pengenalan, tahap pengumpulan informasi awal dan tahap ikhtisar dari respon informan. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi terkait objek penelitian.

Adapun pihak-pihak yang diwawancarai adalah Humas kampus UIAD.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan informasi berasal dari catatan penting yang merupakan pengambilan gambar dari peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan maupun gambar yang dapat memperkuat data yang diperoleh. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.(Yuusuf, 2014). Adapun pada penelitian ini dokumentasi yang dapat diperoleh oleh peneliti adalah Humas kampus UIAD Sinjai.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.(Tarjo, 2021). Dalam pengumpulan data, instrumen sangat penting karena instrumen merupakan alat ukur dan akan memberikan informasi tentang apa yang akan diteliti.(Komang Sukendra dan I Kadek Surya Atmaja., 2020) Instrumen penelitian merupakan alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data. Adapun instrumen yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Lembar Observasi

Dalam melakukan observasi pengumpulan data, lembar observasi merupakan alat yang dibutuhkan untuk mendapatkan data dalam sebuah penelitian. Lembar observasi digunakan penulis untuk mengamati proses Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru dengan menggunakan media HP untuk kegiatankegiatan yang terjadi dilapangan.

2. Pedoman Wawancara

Dalam penelitian ini, proses wawancara dilakukan dengan menggunakan tape recoder untuk merekam apa yang disampaikan subyek yang diteliti terkait dengan Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Selain itu peneliti juga menggunakan pedoman dan lembar wawancara yang bertujuan untuk menggali informasi dari informan mengenai Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen atau alat penelitian yang terkait. Instrumen dokumentasi digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data-data yang berupa dokumen yang terkait dengan penelitian, diantaranya; Catatan atau data mengenai Strategi humas kampus melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

Alat dokumentasi berupa handphone yang digunakan peneliti dalam mengambil potret selama proses penelitian sebagai sumber informasi yang nyata atau fakta di lapangan.

G. Keabsahan Data

Untuk menentukan keabsahan data pada penelitian ini, peneliti melakukan pemeriksaan. Pada penelitian ini keabsahan data mengenai “Strategi komunikasi persuasif guru dalam meningkatkan kemampuan membaca alquran terhadap santri di rumah tahfiz al- insyiroh” ditentukan berdasarkan data yang telah terkumpul, kemudian melakukan teknik triangulasi.

Triangulasi merupakan salah satu konsep metodologi dalam penelitian kualitatif. Triangulasi juga diartikan sebagai suatu kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu (Sugiyono., 2017). Tujuan dari triangulasi data yaitu meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretasi dari penelitian kualitatif.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan data yang telah didapatkan dari beberapa sumber. Setiap data yang telah didapatkan dari beberapa sumber yang berbeda tidak dapat dirata-ratakan seperti pada penelitian kuantitatif, akan tetapi dapat dilakukan pendeskripsian dan mengkategorisasikan, pandangan atau perspektif yang sama, berbeda dan juga pandangan spesifiknya. (Sugiyono., 2017) Selanjutnya data yang telah dianalisis tersebut disimpulkan dan selanjutnya dijadikan sebagai kesepakatan (member check) dari berbagai sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan melakukan pengecekan data kembali kepada sumber yang sama namun menggunakan teknik yang berbeda. Triangulasi teknik misalnya peneliti telah melakukan proses wawancara yang mendalam, namun masih menunjukkan hasil

yang berbeda, maka dapat dilakukan observasi dan dokumentasi (Sugiyono, 2017)

a. Wawancara mendalam (In-depth)

Secara umum sumber data penelitian kualitatif diperoleh dari wawancara mendalam, teknik ini menggunakan pertanyaan openended terhadap informan. Data yang diperoleh dapat berupa persepsi, pendapat, perasaan dan pengetahuan (Raco JR., 2022) Data yang dihasilkan bersifat terbuka, menyeluruh, tidak terbatas, sehingga mampu membentuk informasi yang utuh dan menyeluruh dalam mengungkapkan penelitian. (Alhamid, T., & Anufia, 2019).

b. Observasi

Dapat dilakukan sebagai pelengkap data yang diperoleh dari hasil wawancara. Observasi dilakukan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti dapat mencatat dan menghimpun data yang diperlukan (Asrori, Hadi, A., 2021) Observasi merupakan proses pengamatan terhadap objek penelitian dan hasilnya dapat berwujud gambaran yang terdapat di lapangan dalam bentuk tingkah laku, pembicaraan, maupun interaksi. (Raco JR., 2010)

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif digunakan sebagai penyempurna data dari hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi dapat berupa tertulis, film, gambar (foto), dan karya monumental, yang semuanya dapat memberikan informasi terkait subjek penelitian. (Salim, 2022)

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan proses pengecekan kembali data kepada sumber dengan menggunakan teknik yang sama namun dilakukan di waktu dan situasi yang berbeda. Apabila peneliti telah melakukan pengecekan data secara berulang-ulang namun masih menunjukkan hasil yang berbeda, maka peneliti dapat terus

melakukannya secara berulang-ulang sehingga memperoleh kepastian data.(Sugiyono., 2017)

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam sebuah penelitian, hal ini dikarenakan dengan melalui proses analisis maka akan diperoleh data yang nyata dan formal. Analisis data merupakan proses pengumpulan seluruh informasi yang telah didapatkan dan dibutuhkan dari hasil penelitian yang kemudian dilakukan pengelompokan data (Ahmad Syamsul Arifin, 2020). Biasanya data yang yang umumnya tersebar dan menumpuk dapat disederhanakan berdasarkan titik focus ayau masalah agar dapat lebih mudah dipahami.(Hardani, n.d.2021)

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemutusan focus perhatian, penyederhanaan dan abstraksi data yang dihasilkan dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan-simpulan data akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.(Siti Fadjarajani, 2020) Reduksi data dapat dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian dilakukan hingga data yang terkumpul benar-benar nampak sesuai dengan kerangka kongseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang digunakan peneliti.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah adanya informasi yang telah tersusun, sehingga dapat memudahkan dalam proses pengambilan kesimpulan data. Penyajian data juga bermakna mengorganisasikan dan membuat intisari dari data yang saling terkait sehingga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan tindakan selanjutnya (Farhana, 2019).Pada penelitian

ini bentuk penyajian data yang digunakan adalah bentuk display data kualitatif menggunakan teks narasi.

3. Verifikasi (Penarikan Kesimpulan)

Pada tahap verifikasi atau pengambilan kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam proses analisis data, dimana hal ini bermaksud untuk menarik intisari dari informasi yang diperoleh dan harus memiliki kesesuaian berdasarkan reduksi data dan sajian data. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan peneliti sejak awal melakukan penelitian, misalnya sejak peneliti mulai mencari makna informasi yang memiliki kesamaan dan sering dimunculkan oleh informan. Akan tetapi, penetapan kesimpulan dapat dilakukan jika pada tahap awal didukung oleh buktibukti valid dan konsisten saat peneliti Kembali ke lapangan mengumpulkan data, Maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Wijaya, 2020).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai (UIAD)

Muhammadiyah Sinjai sejak tahun 1967 dibawah kepemimpinan bapak Muhammad Syurkati Said mulai memasuki bidang Amal Usaha di Lapangan Perguruan Tinggi dengan membuka FIP (Fakultas Ilmu Pendidikan) cabang dari Unismuh Makassar dan berhasil mendidik sampai Sarjana Muda dengan Gelar BA kepada beberapa praktisi pendidikan di Kabupaten Sinjai pada saat itu. Namun mereka hanya melaksanakan perkuliahan di gedung tua milik Muhammadiyah sendiri yang dibangun pada tahun 1935. Sampai hari ini, bangunan tersebut dapat difungsikan dan telah direnovasi tahun 2012. Sarjana-sarjana tersebut sebagian besar melanjutkan pendidikan sampai menyandang sarjana lengkap (Drs). sehingga dapat berkelayakan sebagaimana istilah sekarang. Karena peraturan dan perundang-undangan menghendaki ketika itu bahwa mahasiswa harus mengikuti ujian di Makassar dan tidak dibenarkan lagi ada Perguruan Tinggi yang berstatus cabang/kelas jauh maka FIB Unismuh Makassar cabang Sinjai dilebur ke induknya akibat adanya aturan itu. Dengan demikian maka guru dan alumni SLTA yang berminat melanjutkan pendidikan atau ingin menambah ilmunya mengalami kesulitan, beberapa tahun kemudian Muhammadiyah Bone dan Bulukumba membuka/mendirikan STIKPMuhammadiyah, sehingga para pendidik (guru) yang berminat untuk menambah tingkat pendidikannya memilih antara STIKP. Muhammadiyah Bone atau STIKP Muhammadiyah Bulukumba dan Makassar.

Muhammadiyah Sinjai memahami kondisi itu, maka pengurus berusaha kembali untuk membuka perkuliahan dan yang berhasil dibuka adalah Fakultas Tarbiyah Unismuh Makassar cabang Sinjai pada tahun 1974, dua tahun kemudian pada tahun 1976 baru memperoleh Izin Operasional status terdaftar dari Menteri Agama RI

dengan surat keputusan Nomor: Kep/D.5110/1976 tanggal 15 April 1976, jurusan pendidikan Agama Islam Program Sarjana Muda.

Pada tahun 1986, Rektor Unismuh Makassar memberikan kesempatan untuk berdiri sendiri sehingga kesempatan itu dipergunakan dengan baik oleh Muhammadiyah Sinjai dengan merubah nama dari Fakultas Tarbiyah Unismuh Makassar cabang Sinjai menjadi Institut Ilmu Tarbiyah (IIT) Muhammadiyah Sinjai, jurusan Pendidikan Agama Islam program sarjana strata satu (S1) dan telah berdiri sendiri dan memperoleh Izin Operasional Menteri Agama RI. Status terdaftar dengan surat Keputusan Nomor: 61/1990 tanggal 25 April 1990.

Pada tahun 1995, karena tuntutan dan peraturan pemerintah dalam hal ini Departemen Agama RI bahwa semua perguruan tinggi di bawah naungan Departemen Agama RI harus menyesuaikan diri dengan peraturan itu. sehingga Institut Ilmu Tarbiyah (IIT) Muhammadiyah sinjai berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam” (STAI) Muhammadiyah sinjai dengan menambah jurusan lagi, sehingga STAI Muhammadiyah Sinjai pada saat itu memiliki 2(dua) Program Studi strata satu (S1) yaitu: 1) Pendidikan Agama Islam (PAI) dan 2) Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI). STAIM beralih status menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai berdasarkan SK Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 6722 Tahun 2015 tanggal 24 November 2015, yang berkedudukan di Sinjai Propinsi Sulawesi Selatan, didirikan untuk batas waktu yang tidak ditentukan. Sesuai dengan surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 226/1995 tanggal 16 juni 1995 tentang perubahan nama dan izin Operasional pembukaan jurusan serta pemberian status terdaftar kedua jurusan yang dimiliki tersebut. Periodisasi kepemimpinan mulai dari tahun 1974 sampai sekarang adalah Salam Basyah SH tahun 1974-1976, Drs. H. M. Amir said tahun 1976-1982, Drs. H. Zainuddin Fatbang tahun 1982-1983, Drs. H. Amir Said tahun 1983-1986, Drs. A. Muh

Nur Parolai tahun 1986-2004, Drs. A. Muchtar Mappatoba, M.Pd tahun 2005-2010, Muh. Judrah, S.Ag, M.Pd.I tahun 2010-2014, dan Dr.Firdaus, M.Ag tahun 2014-2018. Pada tahun 2015 Sekolah Tinggi Agama Islam muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai dan rector pertama adalah Dr. Firdaus, M.Ag, masa jabatan 2016-2020.

Kemudian pada akhir tahun 2022, IAIM secara resmi Alih Bentuk menjadi Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai setelah terbitnya SK Kementerian Agama RI yang ditanda tangani oleh Menteri Agama, H. Yaquut Cholil Qoumas dan pada saat itu masih menjabat Rektor UIAD, Dr. Firdaus, M.Ag. hingga 2023 dan digantikan oleh Dr. Suriati, M.Sos.I. sebagai Rektor UIAD Masa Jabatan 2023-2027 (Hasan, 2023).

2. Visi dan Misi Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai (UIAD)

a. VISI

Menjadi Universitas Islam yang bermutu dan kredibel berlandaskan nilai-nilai Islam

b. MISI

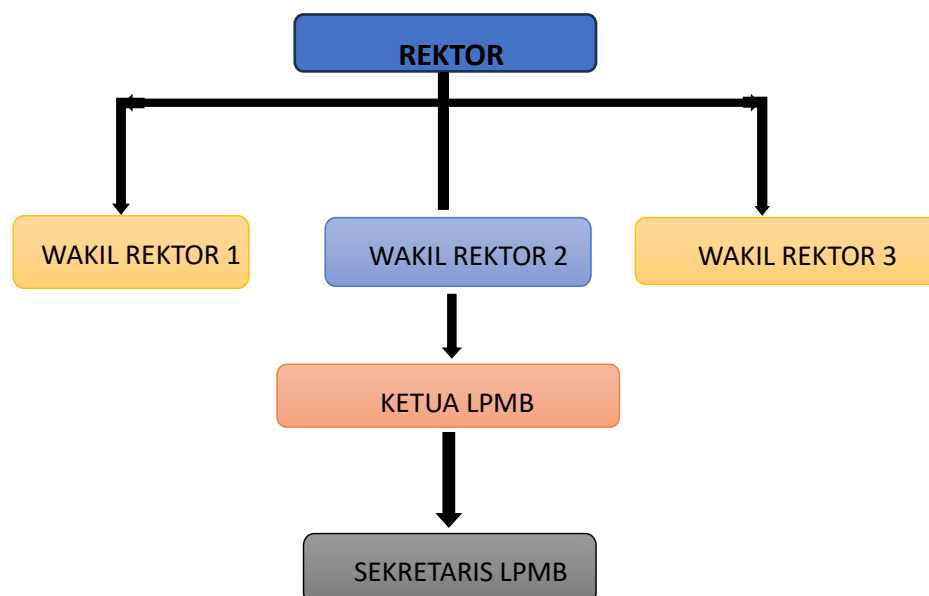
Penguatan internal dalam peningkatan SDM, prestasi mahasiswa, mutu akreditasi dan penerapan teknologi serta pemenuhan unsur tata pamong.

c. TUJUAN

1. Meningkatkan kualitas civitas akademika Universitas Islam Ahmad
2. Meningkatkan kompetensi lulusan melalui program-program akademik yang strategis dan komprehensif.
3. Meningkatkan manajemen pendidikan tinggi yang menghasilkan lulusan berkepribadian islam, berkualitas, berakhlak mulia, dan memiliki kemampuan akademik, profesional, terampil dan inovatif serta mampu mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4. Meningkatkan program penelitian dan pengabdian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Meningkatkan kehidupan akademik yang dilandasi nilai-nilai budaya bangsa dan jati diri persyarikatan muhammadiyah dalam upaya menciptakan masyarakat progresif.

3. Struktur Lembaga Penerimaan Mahasiswa Baru (LPMB) Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai



Gambar 1. Struktur LPMB

Dari table diatas, dapat diketahui bahwa dengan adanya struktur organisasi dalam suatu Lembaga yaitu agar setiap individu menjadi lebih bertanggungjawab atas jabatan yang diemban olehnya. Dengan adanya struktur organisasi juga berfungsi untuk mendefenisikan hieraki dalam sebuah organisasi dengan tujuan menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi dan membantu organisasi tersebut dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam masa depan.

4. Sarana dan Prasarana

Keadaan sarana dan prasarana di suatu lembaga sangat penting sekali untuk diperhatikan, karena bermutu atau tidaknya suatu lembaga dapat dilihat dari keadaan sarana dan prasarana yang dimiliki. Untuk menciptakan kenyamanan dalam melakukan pekerjaan yang baik, tentu perlu didukung oleh sarana dan prasarana yang baik pula. Suatu lembaga dapat dikatakan bermutu apabila sarana dan prasarannya cukup memadai, begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki Oleh Humas UIAD Sinjai Sudah Cukup Memadai.

Tabel 4.1

Sarana dan Prasarana Humas UIAD

No	Nama Barang	Kondisi Barang
1.	Ruangan Humas	Baik
2	Meja	Baik
3.	Kursi	Baik
4.	Komputer	Baik
5.	Kamera	Baik
6.	Tripot	Baik
7.	Printer	Baik
8.	Ac	Baik
9.	CPU	Baik
10.	Fealing Kabinet	Baik

Sumber Data: Humas UIAD Sinjai

Dari tabel diatas dapat diketahui keadaan sarana dan prasarana di ruang kerja humas telah memenuhi syarat untuk mengadakan proses kerja yang baik. Tetapi perlu diingat bahwa fasilitas tersebut masih harus ditingkatkan lagi, baik kuantitas maupun kualitas

B. Hasil Penelitian

Secara spesifik temuan penelitian terkait Strategi Humas Kampus Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Publik dalam arti ini adalah publik internal dan eksternal. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menarik minat Jumlah Mahasiswa baru yaitu dengan meningkatkan mutu dan sumber daya manusia nya.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Humas Kampus Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Dalam perencanaan strategi humas (*public relations*) mengacu pada indikator adanya *fact finding, planning and programming, communicating and action dan evaluating* Berikut ini :

a. Pengumpulan data awal (*Fact Finding*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa.

Salah satu suksesnya sebuah kegiatan adalah dengan mencari terlebih dahulu latar belakang dari pembuatan kegiatan yang dilakukan atau dikenal dengan istilah *fact finding*. Penting bagi seorang humas untuk memperhatikan tiap perkembangan yang terjadi dalam organisasinya, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak A. Muh Fatahillah Staf humas, sebagai berikut:

“Dalam hal ini, humas harus aktif dalam memanfaatkan media baik media sosial ataupun media konvensional dengan mempublikasikan kegiatan-kegiatan menarik dan informasi penting terkait Keadaan Kampus. Hal tersebut dikarenakan sekarang ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, sehingga informasi yang humas sebarakan mudah didapat oleh masyarakat” (A. Muh.Fatahillah Wawancara, 2024)

Terdapat Pula Pendapat Yang Lain dari bagian Biro Kemahasiswaan (Nur Hilal Wawancara, 2024)

“Kesadaran masyarakat terhadap informasi mengenai keadaan kampus sangat kurang, ini dibuktikan dengan jarang nya masyarakat mencari informasi ataupun masyarakat yang malas membaca. Oleh karena itu, selain menyebarkan informasi di media sosial ataupun media konvensional, humas juga harus melakukan publikasi melalui youtube dengan membuat konten menarik seputar UIAD dan didukung oleh beberapa mahasiswa disetiap jurusan untuk menarik masyarakat tersebut”(NurHilal Wawancara,2024)

Selanjutnya, hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Muh. Abrar Selaku Staf dari biro Kemahasiswaan bahwasannya :

“Permasalahan yang ada pada awal penerimaan mahasiswa baru yaitu terkadang banyak peserta didik yang membatalkan masuk ke UIAD Sinjai padahal sudah terdaftar sebagai mahasiswa baru, namun mereka tidak melakukan registrasi ulang sehingga data yang masuk tidak sesuai dengan data yang telah diinput” (Muh Abrar, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa dengan adanya media sosial menjadikan informasi humas mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan fakta tersebut, humas telah memaksimalkan kinerjanya dan dapat memecahkan permasalahan yang menjadi kendala dalam menyebarkan informasi. Dalam hal ini, kepekaan humas sangat dibutuhkan untuk membantu mempercepat ataupun memperlancar kegiatan-kegiatan kampus baik dari segi konten dan berbagai media sehingga apapun yang dilakukan oleh institusi bisa terpublish dimedia maupun masyarakat.

Adapaun data keseluruhan Mahasiswa yang ada di Universitas Ahmad Dahlan ini tecatat dari tahun 2020-2023 mengalami peningkatan pada setiap tahunnya dapat dilihat pada table dibawah ini rincian keseluruhan data mahasiswa UIAD Pada 3 fakultas dan terdiri dari 11 Program Studi baik pendidikan sosial dan juga ekonomi :

Tabel.4.2
Data Mahasiswa Baru UIAD Tahun 2020-2023

No	Fakultas	Prodi	2021	2022	2023
1.	Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan	PAI	181	188	195
		TBI	75	79	85
		PGMI	22	27	32
		MTK	9	12	15
		PBA	24	25	28
Jumlah			311	331	355
2.	Ushuluddin dan Komunikasi Islam	KPI	16	21	30
		BPI	20	25	35
		IAT	27	30	52
Jumlah			81	112	115
3.	Ekonomi dan Hukum Islam	EKOS	30	41	57
		HPI	15	65	72
		PS	45	70	81
Jumlah			90	176	210
Total Keseluruhan			680	719	874

Sumber Data: Biro Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa disetiap fakultas mengalami Peningkatan, tidak ada fakultas yang mengalami penurunan Adapun fakultas yang memiliki banyak minat mahasiswa yaitu fakultas tarbiyah. Kemudian dari jumlah keseluruhan pendaftar mahasiswa baru pada tahun 2020/2021 mencapai 680 pada tahun 2021/2022 mencapai 719 dan pada tahun 2022/2023 mencapai 874 mahasiswa baru. Sehingga dapat diketahui bahwa selama tiga tahun terakhir ini jumlah mahasiswa baru UIAD mengalami Peningkatan.

Berikut ini merupakan data pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Tahun 2020-2023) sebagai berikut:

Tabel.4.3
Data Mahasiswa UIAD Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah
1..	2020	680
2.	2021	719
3.	2022	874
Total Keseluruhan		2.273

Sumber Data: Sub Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.

Dari tabel diatas dapat peneliti simpulkan bahwasannya mahasiswa baru di Universitas Ahmad Dahlan Sinjai dari tahun 2020-2021 mengalami Peningkatan dan kenaikan yang signifikan.

b. Planning and Programming (Perencanaan dan Pemograman)
Strategi Humas dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru

Dari hasil temuan penelitian yang ditemukan dilapangan, bahwa perencanaan strategi humas dilaksanakan sudah berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan. Dengan adanya perencanaan yang telah ditetapkan diawal, sehingga dapat meminimalisir kegagalan atau problem-problem yang ditemui saat pelaksanaannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak A. Muh Fatahillah selaku Staf Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat menyatakan bahwa:

“Dalam hal ini, perencanaan strategi humas melalui beberapa tahapan yaitu diantaranya pemilihan tim PMB secara langsung yang terdiri dari humas, prodi, dosen dan organisasi mahasiswa daerah. Kemudian menentukan waktu, tempat, program dan strategi humas yang akan dilaksanakan serta mengadakan evaluasi diakhir kegiatan” (A. Muh. Fatahillah Wawancara, 2024)

Terkait wawancara dengan staf humas dapat dilihat sistem strategi yang dilakukan untuk peningkatan minat mahasiswa baru untu bergabung didukung oleh beberapa pihak terkait, Upaya-upaya ini juga menjadi salah

satu hal yang patut di apresiasi terkait kolaborasi pihak yang terkait untuk mencapai visi-misi universitas.

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Muh Abrar Selaku Staf Boro Kemahasiswaan :

“Dalam menjalankan sebuah strategi itu harus adanya perencanaan seperti halnya, bagaimana strateginya, program seperti apa yang akan disampaikan kemudian kapan dan dimana akan dilaksanakannya strategi tersebut serta harus memikirkan dampak dari semua strategi yang disusun. Selain itu juga media apa saja yang perlu digunakan untuk menyebarluaskan informasi terkait UIAD Sinjai itu sendiri “ (Muh. Abrar Wawancara, 2024)

Selanjutnya disampaikan oleh Bapak Abd Aziz selaku Ketua panitia penerimaan mahasiswa baru, sebagai berikut:

“Salah satu strateginya yaitu dengan adanya promosi beasiswa untuk mahasiswa yang berprestasi dan kurang mampu. mahasiswa yang berprestasi akan diterima tanpa tes baik prestasi tingkat nasional maupun internasional dan juga bagi seorang tahfidz. Selain itu juga akreditasi serta fasilitas kampus sangat menunjang ketertarikan mahasiswa” (Abdul Aziz Wawancara, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa, sebelum melaksanakan strategi hal pertama yang harus dilakukan yaitu menyusun rencana dengan baik dan matang agar pelaksanaan dapat berjalan sesuai tujuan yang diharapkan Humas juga tidak lepas dari peran dan fungsinya. Langkah-langkah strategi humas untuk menarik minat mahasiswa baru diantaranya dengan melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian UIAD dalam bidang :

- 1) Akademik, berupa akreditasi kampus dan jurusan yang telah dicapai.
- 2) Sumber Daya Manusia (SDM), kualitas dari tenaga pendidik dari berbagai kalangan profesor, doktor, dan dosen dari berbagai jurusan yang ada.
- 3) Kemahasiswaan, banyaknya pencapaian prestasi-prestasi yang dimiliki oleh mahasiswa baik lokal, nasional maupun internasional.

- 4) Kerjasama, berupa kerjasama dengan berbagai media-media, konvensional, radio, media cetak dan pengembangan media sosial.

Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Abdul Aziz selaku Ketua Panitia Penerima Mahasiswa Baru :

“Strategi untuk menarik minat calon mahasiswa baru yaitu dengan meningkatkan personal branding mahasiswa, menyampaikan prestasi-prestasi yang diraih oleh mahasiswa, meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana perkuliahan serta menyampaikan kegiatan-kegiatan akademik kepada masyarakat melalui facebook, instagram, youtube maupun website kampus prodi masing-masing” (Abdul Aziz Wawancara, 2024)

Upaya publikasi Humas UIAD Sinjai dilakukan dengan berbagai media. Dengan penggunaan media sosial khususnya Instagram dan TikTok dinilai cukup dominan dan efektif dalam penerapan strategi humas. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Muhsin selaku Kepala Biro Kemahasiswaan adalah:

“Media sosial paling banyak diakses oleh masyarakat itu adalah Instagram dan Tik-Tok karena feedback yang didapatkan lebih banyak dari pada media sosial lainnya. Selain itu juga, humas tentu tidak terlepas dari media sosial yang ada, dikarenakan semua kegiatan ataupun informasi yang ada di kampus harus disebarluaskan di semua media sosial agar tersampaikan kepada masyarakat “(Muhsin Wawancara, 2024)

Dari hasil wawancara diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa media sosial sangat berperan penting dalam proses strategi humas, hal tersebut dikarenakan media sosial sangat berpengaruh dengan humas untuk meningkatkan daya tarik sebuah informasi yang nantinya akan berefek positif bagi perkembangan Kampus. Berikut ini media sosial resmi yang digunakan sebagai media publikasi

1. Instagram (uiadsinjai_official)
2. Tik-Tok (uiadsinjai_official)
3. Youtube (UIAD Sinjai Official)
4. Poster Dan Pamflet

Peneliti berkesimpulan bahwa dalam menjalankan tugas dan fungsinya humas sudah berjalan dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari tanggungjawab humas yang aktif menyebarluaskan informasi terkait perguruan tinggi kepada publik. Selain media tersebut yang digunakan dalam strategi humas, UIAD Sinjai juga menggunakan poster atau pamflet sebagai media promosi untuk menarik minat mahasiswa masuk di UIAD Sinjai

c. Pelaksanaan Kegiatan (Communicating) Strategi Humas uiad Sinjai

Dalam hal ini, yaitu mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan ditentukan seperti yang dilakukan oleh Humas dan Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru. Adapun tindakan yang dilakukan humas dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Abdul Azizi yaitu :

“Bentuk pelaksanaan dari strategi humas ini yaitu adanya kerjasama dengan media massa dan juga media online. Itu semua dilakukan untuk mempublish berbagai informasi terkait institusi agar sampai di masyarakat, selain itu juga menggunakan poster dan pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum”. (Abdul Aziz Wawancara, 2024)

Lain halnya yang disampaikan oleh Bapak Muhsin selaku Kepala Biro UIAD Sinjai, yaitu:

“Untuk menarik minat calon mahasiswa baru masuk di Kampus UIAD Sinjai terlebih kami memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa yang ada dengan tidak mempersulit urusan mahasiswa. Bahkan, tidak sedikit mahasiswa dari Apapun. Sehingga dengan pelayanan baik yang diberikan oleh Kampus kepada mahasiswa dapat dijadikan sebagai bahan sosialisasi oleh mahasiswa-mahasiswa kepada calon mahasiswa baru” (Muhsin Wawancara, 2024)

“Selain itu, strategi yang dilakukan oleh Humas yaitu dengan melakukan pendekatan kepada mahasiswa dan juga alumni untuk menyampaikan informasi terkait Kampus UIAD Kemudian

melakukan promosi melalui media sosial seperti Tik Tok dan instagram dengan share berbagai informasi atau brosur tentang penerimaan mahasiswa baru (Muhsin Wawancara,2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan-tujuan dan fungsi humas di UIAD Sinjai dapat dicapai karena adanya hubungan dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan anggotanya, terlihat dari partisipasi pimpinan maupun anggota dalam merencanakan strategi dan juga seluruh anggota humas serta panitia terarah dalam melaksanakan tugas masing-masing.

Dalam membangun citra kampus UIAD Sinjai tentunya humas maupun civitas kampus melakukan berbagai kegiatan yang dapat menarik simpati masyarakat. Membangun citra positif kampus bukanlah hal yang mudah, karena memerlukan kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak baik internal maupun eksternal. Menjalin komunikasi yang baik dengan instansi- instansi yang ada disekitar kampus maupun luar daerah baik instansi pemerintah daerah ataupun instansi yang berhubungan dengan kampus. Sehingga untuk menarik calon mahasiswa baru dapat dipublikasikan tepat sasaran dan tepat waktu.

Panitia PMB sudah melakukan tugas dan tanggungjawab dalam pelaksanaan strategi humas. Selain itu, publikasi juga sangat penting dalam pelaksanaan strategi humas, humas harus aktif dalam menyebarluaskan informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat. Dan juga dengan adanya kegiatan evaluasi dapat mengetahui sampai sejauh mana strategi yang telah direncanakan dan dilaksanakan tersebut telah berjalan dengan efektif atau tidak dan mengetahui apa saja yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan strategi tersebut sehingga dapat menyusun kembali rencana yang lebih baik untuk kedepannya.

C. Pembahasan Penelitian

Mengkaji dari hasil observasi dan hasil wawancara yang peneliti peroleh dari informan yang bersangkutan mengenai strategi humas UIAD Sinjai dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa UIAD Sinjai, yang dilengkapi dengan dokumentasi pendukung hasil temuan dengan memadukan tiga teknik pengumpulan data (wawancara, observasi dan dokumentasi), adapun fokus pembahasan dari hasil temuan yang dipaparkan secara deskriptif tentang strategi humas (public relations) dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa meliputi : *fact finding* (mengumpulkan data awal tentang publik), *planning and programming* (perencanaan dan pemrograman strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa), *communicating* (pelaksanaan kegiatan) dan *evaluating* (mengevaluasi strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa). Sesuai dengan hasil temuan peneliti terkait strategi humas (*public relations*) UIAD Sinjai dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa, kemudian peneliti melakukan analisis hasil temuannya dengan dasar kajian teori dan fakta-fakta yang terdapat di lapangan. Baik dari hasil wawancara, observasi hingga dokumentasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Adapun hasil penelitian diantaranya:

1. Pengumpulan data awal (Fact Finding) dari strategi humas dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa UIAD Sinjai

Dalam menyelesaikan masalah yang ada pada publik ataupun organisasi itu sendiri, humas UIAD Sinjai dapat memecahkan permasalahan yang ada dengan berbagai solusi untuk mengatasinya. Terkait media sosial, humas mengikuti perkembangan zaman yang menjadi daya tarik bagi masyarakat, seperti halnya dengan membuat konten menarik agar dapat diakses oleh masyarakat yang kurang tertarik untuk membaca. Selain itu, panitia harus memastikan bahwasannya jangan ada mahasiswa yang membatalkan dirinya yang sudah terdaftar ataupun lulus di program studi.

2. Planning and Programming (Perencanaan dan Pemograman) Strategi Humas dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa UIAD Sinjai

Perencanaan strategi humas dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa sudah berjalan dengan baik meskipun terdapat hambatan-hambatan. Hal ini sesuai dengan tahapan-tahapan perencanaan yang disusun, namun terdapat beberapa perubahan perencanaan disetiap tahun dengan mengikuti perkembangan zaman. Perencanaan tersebut hanya sebatas membahas strategi humas dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa untuk tahun berikutnya dan referensi yang akan digunakan selama proses sosialisasi. Hal ini dilakukan setiap tahun ajaran baru dengan melibatkan seluruh aktivis kampus yaitu : Rektor, Humas, Ketua Prodi, Panitia PMB, dan Organisasi Mahasiswa.

Proses perencanaan dan penetapan program humas UIAD Sinjai dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa, mencakup langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Membentuk tim panitia penerimaan mahasiswa baru
- b) Menentukan waktu, tempat, program, target dan strategi humas yang akan dilakukan.
- c) Merencanakan media promosi dan seluruh program strategi humas yang akan dilakukan.
- d) Melakukan evaluasi hasil kegiatan

Hal tersebut sama halnya dengan yang disampaikan oleh Anggota, keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau amatiran

3. Pelaksanaan Kegiatan (*Communicating*) Strategi Humas UIAD Sinjai.

Dalam tahap ini untuk mencapai tujuan-tujuan dan fungsi humas di UIAD Sinjai dapat dicapai dengan adanya hubungan dan kerjasama yang baik antara pimpinan dan anggotanya. Selain itu juga, humas dengan langsung melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh penting sebagai penyampaian sosialisasi terkait penerimaan mahasiswa baru, melakukan pendekatan melalui alumni, dengan menyampaikan informasi-informasi tentang kampus atas pencapaian prestasi- prestasi yang ada agar adanya ketertarikan untuk masuk di UIAD Sinjai. Selain itu, dengan memberikan pelayanan yang baik tanpa mempersulit urusan mahasiswa dan juga melakukan pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum untuk bisa diketahui masyarakat. Dijelaskan *Public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut

4. Evaluating (Evaluasi) Strategi Humas UIAD dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru

Evaluasi ini dilakukan guna untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan yang telah dilakukan dan memperbaiki hal-hal yang perlu diperbaiki. Baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan sampai pada laporan. Dengan adanya evaluasi dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi humas, sehingga dapat menyusun rencana yang lebih baik untuk tahun kedepannya.

Pernyataan hasil penelitian diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Cutlip, dalam mengelola program kerja pada sebuah perguruan tinggi, idealnya diawali dengan sebuah riset yang dapat menemukan data dan fakta di lapangan, sehingga proses perencanaan dan pemrogramannya dapat tepat guna sasaran. Selain itu dibutuhkan strategi aksi dan komunikasi yang sesuai perencanaan sehingga akan memperoleh hasil yang maksimal. Pada akhir proses pengelolaan aktivitas *public relations* dilakukan kembali riset sebagai sebuah

evaluasi. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai input untuk melakukan tahap perencanaan selanjutnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa program *public relations* terjaga keberlanjutannya. *Public relations* sebagai alat manajemen modern, secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan, kinerjanya menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi dengan public

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Humas UIAD Sinjai dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengumpulan data awal (*fact finding*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Dalam hal ini, humas ataupun panitia penerimaan mahasiswa baru harus terlebih dahulu menganalisis permasalahan yang ada, baik dari segi internal maupun eksternal Humas juga harus memanfaatkan media sosial guna mengikuti perkembangan zaman.
2. Perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) strategi humas dalam meningkatkan Jumlah mahasiswa yaitu dengan menentukan sasaran instansi dan masyarakat umum, menentukan media publikasi seperti facebook, instagram, website, youtube, melaksanakan sosialisasi, dan melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian UIAD Sinjai
3. Pelaksanaan kegiatan (*communicating*) strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Setelah melakukan perencanaan dari strategi ataupun program-program promosi, dapat dilaksanakan pendekatan dengan tokoh masyarakat, alumni dan mahasiswa untuk memberikan informasi kepada orang lain terkait instansi tersebut. Selain itu juga dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah, memberikan program beasiswa, pemasangan spanduk-spanduk di tempat umum dan tentunya melakukan publikasi.
4. Evaluasi (*evaluating*) dari strategi humas dalam meningkatkan kuantitas mahasiswa. Evaluasi ini dilakukan guna untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan yang telah dilakukan dan memperbaiki hal-hal yang perlu diperbaiki. Baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan

sampai pada laporan. Dengan adanya evaluasi dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi humas, sehingga dapat menyusun rencana yang lebih baik untuk tahun kedepannya.

B. Saran

1. Humas dalam menjalankan peran dan fungsinya agar lebih proaktif dan imajinatif dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, sehingga peranan dan fungsi humas terlihat lebih maksimal.
2. Kepada pihak Tim Promosi supaya mengadakan pelatihan dan pengembangan terhadap anggota tim promosi sehingga lebih berkompeten dalam mempromosikan UIAD Sinjai.
3. Untuk penulis atau peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh penulis atau peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga mendapat hasil yang maksimal. Dan referensi yang digunakan dalam penulisan akhir ini sangat terbatas, maka untuk penulis atau peneliti selanjutnya diharapkan menambah referensi sehingga laporan tugas akhir atau skripsi lebih baik dari segi teori maupun hasil penelitian dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamid, T ., & Anufia, B. (2019). *instrumen Pengumpulan data*.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). *Instrumen Pengumpulan Data*.
- Anamomi, A. (2014). *Startegis komunikasi persuasif human resource development dalam menyelesaikan konflik karyawan. 1*, 1–14.
- Ardhoyo, T. E. (2013). Peran dan Strategi Humas dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1(1), 15–21.
- Arifin, A. S. (2020).). Persepsi Guru Madrasah Ibtidaiyah Terhadap Pembelajaran Daring Selama Program Belajar dari Rumah (BDR) di Masa Pandemi COVID-19. *Journal Literasi*, 2, 11.
- Asrori, A., & Hadi, A. (2011). *Penelitian Kualitatif*. CV. Pena Persada.
- Asrori, M. (2013). *Pengertian, tujuan dan ruang lingkup strategi pembelajaran*. 5(2), 164.
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>
- Fadjarajani, S. (2020). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*.
- Farhana, H. (2019). *Penelitian Tindakan Kelas*.
- Fitriani, F., & Kadir, M. (2019). Penerapan Strategi Pembelajaran Aktif Prediction Guide Pada Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Keguruan*, 4(2),
- Hanurawan, H. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*.
- Hardani, H. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 214.
- Hasan, I. (2023). Sejarah UIAD. <https://uiad.ac.id/profil/sejarah/> *humas hubungan masyarakat*. (2019). Blongspot.
- Hukum, K., & Ham, H. (2012). UU RI No. 12/2012 tentang Pendidikan Tinggi. *Undang Undang*, 18.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. 308.
- Kryantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 21.
- Kusumastuti, F. (2002). *dasar-dasar humas*. 15.

- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Nasrullah, R. (2015). *Simbiosis Rekatama Media*.
- Nurjaman, K. & Umam, K. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. 113.
- RacoJR, R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. . PT Grasindo.
- Rahutomo, A. N. (2016). Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada Pt Pln (Persero) Rayon Di Samarinda Ilir. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 1–23.
- Rochman, D. N. (2017). *Strategi Promosi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa*. ”.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. 123.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (PT Raja Gr).
- Salim, S. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Citapustaka Media.
- Sari, E. A. (2022). Strategi Promosi Melalui Direct Markting untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Ilmu Komunikasi*, 1, 16–27.
- Satmaniar, S. (2021) Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Mempromosikan Wisata Tahura Sinjai Borong. SKRIPSI. Institut Agama Islam Muhammdiyah Sinjai.
- Sudirman P., Rahman, H., & Kadir, K. (2019). Konsep pendidikan multikultural (perspektif paulo freire). *Kalam*, 11(2), 38.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Sukendra, K. & Atmaja, I. K. S. (2020). *Instrumen Penelitian*. M.linggar Anggoro. (2000). *Teori dan Profesi kehumasan*. 2, 2.
- Sulistroyini, S. (2006). *Manajemen pendidikan islam*. 108.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*.
- Tarjo, T. (2021). *Metode Penelitian Administrasi*.
- Wijaya, U. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray*.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. 39.

Yuusuf, A. M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KISI-KISI INSTRUMEN

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Strategi Humas	1. Memahami tentang Strategi Humas di UIAD Sinjai 2. Untuk menemukan Strategi Humas dalam peningkatan jumlah mahasiswa baru di UIAD Sinjai 3. Untuk mengetahui Strategi Humas meningkatkan jumlah mahasiswa baru di UIAD Sinjai 4. Pentingnya Strategi Humas dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di UIAD Sinjai
2	Meningkat kan jumlah mahasiswa baru	1. Memberi pemahaman tentang pentingnya Strategi Humas peningkatan jumlah mahasiswa baru di UIAD Sinjai 2. Menyikapi dengan baik segala kendala yang ada dalam Strategi humas dalam peningkatan jumlah mahasiswa baru di UIAD Sinjai

LEMBAR OBSERVASI

No	Aspek yang di observasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1	Bertukar informasi secara sistematis kepada Humas		
2	Bersikap terbuka dan bersahabat kepada Seluruh Mahasiswa Baru.		
3	Strategi dalam setiap Pembuatan Konten.		
4	Terjadi umpan balik antara Mahasiswa Baru, Humas Dan Panitia Penerima Mahasiswa Baru.		
5	Memberikan contoh kepada Mahasiswa Terkait persyaratan untuk menjadi bagian dari kampus .		
6	Menggunakan Media tertentu seperti alat untuk menyampaikan informasi dan memudahkan mahasiswa baru mengetahui terkait informasi-informasi terkait kampus		
7	Tidak membedakan perlakuan pada setia mahasiswa baru		
8	Strategi yang digunakan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat		
9	Mengkondisikan setiap strategi pada setiap suasana dan keadaan mahasiswa		

PEDOMAN WAWANCARA

Nama :
Tempat, Tanggal lahir :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Hari/Tanggal :

1. Apa Langkah-langkah yang dilakukan untuk dipersiapkan dalam menghadapi periode penerimaan mahasiswa baru?
2. Bagaimana Strategi HUMAS UIAD dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru?
3. Upaya apa saja yang dilakukan agar pelaksanaan kegiatan HUMAS UIAD berjalan secara optimal?
4. Apa saja fungsi tugas Humas yang selama ini dilakukan?
5. Apakah dilakukan evaluasi terhadap Langkah-Langkah yang telah dilakukan?
6. dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru, adakah startegi khusus yang digunakan oleh HUMas uiad
7. apa yang menjadi hambatan dalam meningkatkan jumlah mahasiwa baru
8. siapa saja yang terlibat dalam meningkatkan jumlah mahasiwa baru

HASIL WAWANCARA PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Andi Muhammad Fatahillah M., S.Pd., M.Pd
Tempat, Tanggal lahir : Sinjai, 27 Januari 1997
Alamat : Jl. Wolter Monginsidi No. 19
Jenis Kelamin : Laki-laki
Hari/Tanggal : Selasa/ 23 Juli 2024

1. Apa Langkah-langkah yang dilakukan untuk dipersiapkan dalam menghadapi periode penerimaan mahasiswa baru?

Jawab: Jadi, yang pertama yang dilakukan oleh bagian HUMAS dalam mempersiapkan penerimaan mahasiswa baru kita melakukan pembentukan kepanitian PMB (Penerimaan Mahasiswan Baru) setiap tahunnya yang tugasnya panitia mahasiswa baru itu adalah Menyusun strategi salah satunya bagi mana kita mempersiapkan alat peraga sosialisasi seperti Brosur, Spanduk, Baliho, dan aksesoris lainnya.

kemudian yang kedua, kepanitian tersebut bertugas melakukan sosialisasi. Sosialisasi offline maupun sosialisasi online. Salah satunya kita melakukan sosialisasi *goes to school* melakukan sosialisasi disekolah yang ada di Sinjai, Bulukumba, dan Bone bagian Selatan.

2. Bagaimana Strategi HUMAS UIAD dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru?

Jawab: Strategi kita untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya yaitu adalah bagaimana kita memberikan *reward* kepada mahasiswa yang mendapatkan calon maba setiap tahunnya untuk tahun ini kita mulai melakukan itu dimana kita memberikan penghargaan dalam artian penghargaan membelikan pulsa atau membelikan bensin sebanyak 50.000/mahasiswa. Hal ini sudah kita lakukan dan sudah kita cairakan untuk digelombang 1 dimana kurang lebih 130 mahasiswa melapor baik itu alumni atau

mahasiswa aktif yang mendapatkan mahasiswa di gelombang 1 kemarin dan sudah melakukan daftar ulang. Jadi, kita memberikan *reward* 50.000/ mahasiswa mendapatkan 1 maba dan itu salah satu cara kami meningkatkan jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya karena panitia menyelenggarakan tugasnya kita membutuhkan pihak ketiga. Dalam hal ini mahasiswa aktif kita sendiri.

3. Upaya apa saja yang dilakukan agar pelaksanaan kegiatan HUMAS UIAD berjalan secara optimal?

Jawab: Kita melakukan salah satunya itu adalah bagaimana tugas HUMAS mengaktifkan sosial media misalnya kita pada saat ini memiliki *Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, twitter* atau *X* dan kemudian ada semacam yang namanya semacam website yang kemudian dikelola untuk mengaktifkan kita punya kegiatan dalam pemberitaan. Jadi tugas humas untuk bagaimana mengaktifkan salah satunya dalam hal konteks penerimaan mahasiswa baru kita rutin setiap hari memposting konten-konten tentang PMB misalnya konten kelebihan prodi dan bagaimana mahasiswa baru tertarik dengan kampus dan prodi kita karena di zaman sekarang itu milenial kita sebagai calon mahasiswa baru untuk di SMA kelas 3 mereka pasti aktif di media sosial dan salah satu cara dan strategi HUMAS dalam panitia PMB bagaimana menguasai sosial media jadi kita sampai sekarang ini bersponsor dengan mengaktifkan iklan sosial media, kita bayar sosial media, meta, facebook, dan Instagram kita bayar agar jangkauan kita lebih banyak di jangkau oleh publik. Sosial media yang kita gunakan yaitu facebook, Instagram dan itu sudah memiliki banyak followers dan subscribe dan kalau kita di youtube 2000 lebih subscribe kemudian Instagram sudah 6700 pengikut dan facebook sudah 5000 an pengikut kemudian tik tok sudah 20000 likes lebih dan twitter masih di angka 300 followers jadi itu kita sering aktifkan dan jadi kita punya satu andalan website itu sudah lebih 100.000 jangkauan

yang menklik itu website untuk membuka berita kita sampai saat ini.

4. Apa saja fungsi tugas Humas yang selama ini dilakukan?

Jawab: tugas dari humas yaitu bagaimana mengaktifkan sosial media kemudian bagaimana mengupdate setiap kegiatan dalam bentuk pemberitaan. Jadi kita branding kita punya kampus bagaimana bisa setiap event kegiatan kita bisa dilihat kegiatan orang diluar dengan cara bagaimana kita bekerja sama dengan beberapa media online untuk kegiatan kita dapat diliput. Jadi, tugas humas bagaimana membentuk dan menciptakan citra positif diluar kampus jadi ada setiap berita yang tidak enak /negative tugasnya humas menepis sebagai PAR. Job humas itu bagaimana setiap kegiatan rektor misalnya ada undangan diluar atau kegiatan di luar tugasnya humas bagaimana meliputi kegiatan tersebut

5. Apakah dilakukan evaluasi terhadap Langkah-Langkah yang telah dilakukan?

Jawab: kalau kita dihumas termasuk PMB tentu adanya evaluasi setiap tahun kita rapat kerja. rapat kerja itu ada evaluasi dari Lembaga penjaminan mutu setiap tahun kita Namanya ami mutu internal jadi setiap tahun sebelum kita rapatkan kerja bagian LPM membentuk tim editor untuk mengevaluasi apakah program-program yang telah kita rencanakan sebelumnya tahun lalu itu apakah sudah terealisasi apakah belum dikatakan terealisasi berapa persen dan berapa yang belum terealisasi itulah setiap tahunnya kita mengadakan evaluasi makanya rapat kerja kita akan mempejari pengalaman di tahun- tahun sebelumnya jadi tentu ada evaluasi untuk memperbaiki apa yang belum maksimal di tahun sebelumnya.

6. dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru, adakah strategi khusus yang digunakan oleh HUMas uiad

jawab: Strategi kami yang lakukan khususnya HUMAS yang pertama yang paling penting menurut kami humas adalah sosial media dan ini sampai sekarang detik ini kita terus aktif di media sosial

bagaimana menjalankan fungsi sebagai humas dan ini kita terus lakukan dan bahkan kita mengeluarkan anggaran untuk bagaimana postingan kita di sosial media itu n dapat dijangkau oleh banyak orang kemudian yang kedua strategi khusus humas bagaimana memberikan kontribusi kepada mahasiswa Dimana kita bekerja sama oleh ketua prodi dan dosen untuk bagaimana mahasiswa diberikan tugas-tugas khusus untuk membuat konten dan bagaimana mereka membuat video ataupun postingan tentang PMB sehingga tugas humas bagaimana mempromosikan konten-konten yang layak untuk di posting untuk PMB dan sampai hari ini dari jumlah 380 mahasiswa baru ini mereka mengatakan mendapatkan informasi PMB UIAD melalui media sosial sehingga cara kami dihumas ini menurut kami efektif bagaimana terus dilanjutkan pengaktifan sosial media mengandalkan mahasiswa-mahasiswa yang aktif

7. apa yang menjadi hambatan dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru
 jawab: hambatan kami tentunya yang pertama yang sering dirasakan oleh yang lainnya juga ialah adanya perguruan tinggi yang lain seperti perguruan tinggi negeri itu mereka menemukan jalur-jalur yang gelombang-gelombang sampai akhir yang menurut itu kami juga kesusahan untuk mendapatkan mahasiswa baru kan di perguruan tinggi ada SNBPTN, SBPTN dan lain-lain kemudian dibuka lagi jalur mandiri gelombang selanjutnya dan lain-lain itu menurut kami di kampus swasta seperti UIAD ini dibawah naungan majelis tentukan mengalami hambatan seperti ini adanya perguruan tinggi yang lain dan kemudian disinai ada 3 perguruan tinggi dua adalah naungan persyarikatan Muhammadiyah dan satunya lagi maegah buana kebidanan atau Kesehatan yang ada dibagian kelurahan lappa itulah salah satunya hambatan kami hambatan kedua adalah minatnya mahasiswa atau minatnya masyarakat lebih cenderung ke kota dibanding dia memilih ke daerah kemudian 3 hambatan kami adalah ekonomi Masyarakat sinjai itu juga masih belum mementingkan bagaimana mengeluarkan uangnya untuk mendirikan mereka lebih banyak

mementingkan bagaimana anaknya bisa mendapatkan uang sehingga banyak anaknya dikirim ke morowali, dikirim ke Kalimantan sehingga itu hambatan kami dan itu menjadi rintangan bagi kami bagaimana mencari Solusi itu sehingga Solusi yang kami tawarkan bagaimana pembayaran mahasiswa baru itu bisa diangsur dan kemudian untuk masuk di UIAD itu untuk daftar ulang cukup bayar dulu SPP dan itu lainnya dibelakangan baru bisa dibayar dan itu salah satu efektif cara kami di Humas dan di PMB untuk memberikan Solusi karena dominasi 80% dari mahasiswa baru kami orang tuanya adalah petani sedangkan petani itu tidak panen di jangka waktu bulan tertentu sehingga Solusi yang kami tawarkan itu nanti dibayar dengan setidaknya masuk di kampus itu Solusi dari Humas dan PMB

8. siapa saja yang terlibat dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru
 jawab: semua struktural terlibat selain kepanitiaan kita ada namanya kepanitiaan yang mereka merupakan dari unsur pimpinan adalah rektor wakil rektor 123 mulai dari dekan direktur kemudian ketua prodi Lembaga PMB itu yang berkewajiban bagaimana mendapatkan jumlah mahasiswa baru dalam bentuk kepanitiaan kedua struktural itu semua dosen berkewajiban mendapatkan dan mencari mahasiswa dan ketiga adalah mahasiswa aktif dan alumni itu juga diberikan semacam tugas untuk bagaimana mendapatkan mahasiswa baru minimal mereka mensosialisasikan tentang PMB kampus di keluarga maupun di sekolah

DOKUMENTASI KEGIATAN



06.31

✈️ 📶 51



uiadsinjai_official



@uiadsinjai_official

74

Mengikuti

2.025

Pengikut

25,8 rb

Suka

Ikuti

Kirim pesan



Share moments with Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai 🤗🤗🎓

🔗 <https://linktr.ee/uiadsinjai.official>



06.32



uiadsinjai_official



4.267
postingan

6.631
pengikut

923
mengikuti

UI Ahmad Dahlan Sinjai Official

 uiadsinjai_official

Perguruan Tinggi & Universitas
Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Kabupaten Sinjai,
Sulsel.

Dikelola Media Center | Humas
Islami-Bermutu-Kredibel

 linktr.ee/uiadsinjai.official



Diikuti oleh **hanifmo_**, **annsasdrsfaaa_**, dan
88 lainnya

Mengikuti ▾

Pesan

WhatsApp



Testimoni A...



BPH & Pim...



Kode Etik



PMB





UIAD
ISLAM - BERSIH - KEBERHAJIAN

**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN
DAN KOMUNIKASI ISLAM**

Nomor : 172.D2/III.3.AU/F/2024
Lamp : -
Hal : **Izin Penelitian**

Sinjai, 11 Muharram 1446 H
16 Juli 2024 M

Kepada Yang Terhormat
Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan
di
Sinjai

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Kurniawan Tri Udayana
NIM : 200208017
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)

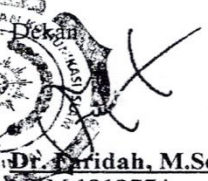
akan mengadakan penelitian dengan judul:

Strategi HUMAS UIAD dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan **Universitas Islam Ahmad Dahlan**.

Atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.


Dr. Faridah, M.Sos.I.
NBM.1212774

Tembusan:

1. Ketua BPH UIAD di Sinjai
2. Rektor UIAD di Sinjai
3. Wakil Rektor I UIAD di Sinjai
4. Ketua Prodi KPI UIAD di Sinjai



**UIAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**
ISLAM - BERMUTU - KREDIBEL

SURAT KETERANGAN

Nomor: 707 /III.3.AU/D/KET/2024

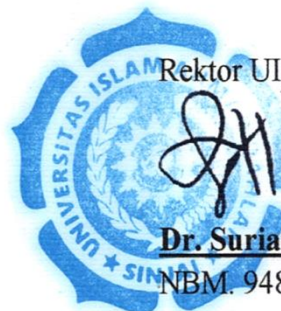
Yang bertanda tangan dibawah ini Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai menerangkan bahwa:

Nama : **KURNIAWAN TRI UDAYANA**
NIM : 200208017
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Semester : Delapan (VIII)

Yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : ***“Strategi HUMAS UIAD dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru”***.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 08 Safar 1446 H
13 Agustus 2024 M

Rektor UIAD,
Dr. Suriati, M.Sos.I.
NBM. 948 500



**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN
KOMUNIKASI ISLAM**

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 0395/D2/III.3/AU/F/KEP/2023

**TENTANG
DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN
TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan setelah

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Tahun Akademik 2022/2023, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan Skripsi dalam Surat Keputusan
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya
- Mengingat** : 1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 1502 Tahun 2022, tentang perubahan nama Institut Agama Islam Muhammadiyah Singaj menjadi Universitas Islam Ahmad Dahlan
5. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah
6. Surat Keputusan Pimpinan Pusat Muhammadiyah tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan
- Memperhatikan** : 1. Kalender Akademik Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam T A 2023/2024
2. Hasil rapat rasionalisasi pembimbing skripsi Universitas Islam Ahmad Dahlan Tahun Akademik 2023/2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muhlis, M. Sos. I.	Muh. Kadir, S. Pd., M. Pd.

Untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Kurniawan Tri Udayana

NIM : 200208017

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Humas Kampus Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di UIAD Singaj

Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan / nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Islam Ahmad Dahlan

Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.



**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN
KOMUNIKASI ISLAM**

Keempat

Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagai mana mestinya

Ditetapkan di Sinjai
Pada Tanggal 8 Jumadil Awal 1445 H
30 November 2023 M


Dekan
Dr. Suriati, M.Sos.I
NBM 948500

Tembusan

1. Ketua BPH UIAD di Sinjai
2. Rektor UIAD di Sinjai
3. Wakil Rektor I UIAD Sinjai di Sinjai
4. Wakil Rektor II UIAD Sinjai di Sinjai
5. Wakil Rektor III UIAD Sinjai di Sinjai

BIODATA PENULIS



Nama : Kurniawan Tri Udayana
Nim : 200208017
Tempat/tgl Lahir : Bulukumba, 21 Maret 2002
Alamat : Bulukumba
Pengalaman Organisasi : ULTS PM UIAD SINJAI
:HIMKOPIS UIAD SINJAI
:SEMA UIAD SINJAI

Riwayat Pendidikan

SD : SDN 68 TIBONA
SMP : MTS Swasta PP Babul Khaer Bulukumba
SMA : MA Swasta DDI Darul Ihsan Makassar
No. Handphone : 085182354286
Email : kurniawantriudayana@gmail.com
Nama Orang Tua
Ayah : Ibrahim, S.Pd
Ibu : Dewa Hamzah, S.Pd



**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN** | PERPUSTAKAAN

SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN

Nomor : 102.L10/III.3AU/A/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Asriani Abbas, S.I.P.

NBM : 1235305

Jabatan : Pjs Kepala Perpustakaan

Menerangkan bahwa,

Nama : Kurniawan Tri Udayana

Nim : 200208017

Prodi : KPI

Jenis Dokumen : Skripsi

Telah melakukan cek plagiat menggunakan aplikasi *Turnitin Similarity Check* dengan indeks plagiat 20 %.

Demikian surat keterangan ini supaya digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 05 November 2025

Pjs. Kepala Perpustakaan

UIAD.



ASRIANI ABBAS, S.I.P.
NBM 1235305

+