

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**AKTIVITAS HUMAS UNIVERSITAS ISLAM RIAU DALAM
MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA MASSA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

MARISKA

NPM : 159110102
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : HUMAS

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

PERSEMBAHAN

“Bismillahirrohmannirrohim”

Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selama ini telah hadir dalam kehidupan dan sangat berarti penting bagi hidup saya terutama untuk kedua orang tua saya Bapak dan Ibu yang selalu memberi pengertian, perhatian, nasihat dan mendukung serta memotivasi baik secara moril dan meteril kepada saya, selalu menyayangi dan selalu memberikan do'anya yang tulus untuk kesuksesan dan masa depan anaknya. Kemudian untuk suami (Wirman Antoni) dan adik-adik saya yang selalu menghibur disaat saya sedang drop akibat terlalu serius mengerjakan penelitian Skripsi. Selanjutnya terimakasih untuk teman-teman seperjuangan angkatan 2015 (Cecans) yang selalu memberikan saran dan motivasinya kepada saya mengenai Skripsi.

MOTTO

Imam Ali a.s Berkata :

“Waspadalah dari Pembicaraan yang tidak penting !

Sebab ia menampakan aibmu yang tersembunyi dan membangkitkan rasa permusuhan dari musuhmu yang mulai padam”

(*Mizanul Hikmah*)

“Wanita Bijak Fokus Memperbaiki Kekurangan dibandingkan Menyombongkan Kelebihannya”

(*Mariska*)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikumwr, wb

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT serta shalawat dan salam kami sampaikan hanya bagi tokoh dan teladan kita Nabi Muhammad SAW. Diantara sekian banyak nikmat Allah SWT yang membawa kita dari kegelapan kedimensi terang yang memberi hikmah dan yang paling bermanfaat bagi seluruh umat manusia, sehingga oleh karenanya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa”**.

Dalam proses penulisan ini, penulis menjumpai hambatan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak ,akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan cukup baik, oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Abdul Azis, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau serta selaku pemberi izin dan segala hal proses yang memperlancar pembuatan skripsi ini.
2. Tessa Shasrini, B.Comm, M.Hrd selaku pembimbing satu yang telah memberikan waktunya membimbing penulis dan memberikan arahan untuk penulisan skripsi ini, terimakasih banyak atas semua ilmu yang telah di berikan.

3. Dyah Pithaloka, M. Si selaku pembimbing dua yang telah memberikan waktunya membimbing penulis serta meberikan arahan untuk penulisan skripsi ini.
4. Dr. Muhd AR Imam Riauan, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak bisa satu persatu penulis sebutkan nama dan jabatannya yang telah memberikan penulis ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan dan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kepala Staf serta Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam proses administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan terutama (Cecans) angkatan 2015 yang telah membantu dan memberi semangat untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Selaku Humas Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam memberikan izin, informasi dan data yang penulis butuhkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Selaku anggota keluarga penulis terutama kepada adik-adik (Fajar dan Putri) yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Demikianlah penulis ucapkan terimakasih, karena segala sesuatu yang salah datangnya hanya dari manusia dan seluruh hal yang benar datangnya hanya dari agama berkata dan nikmat dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat

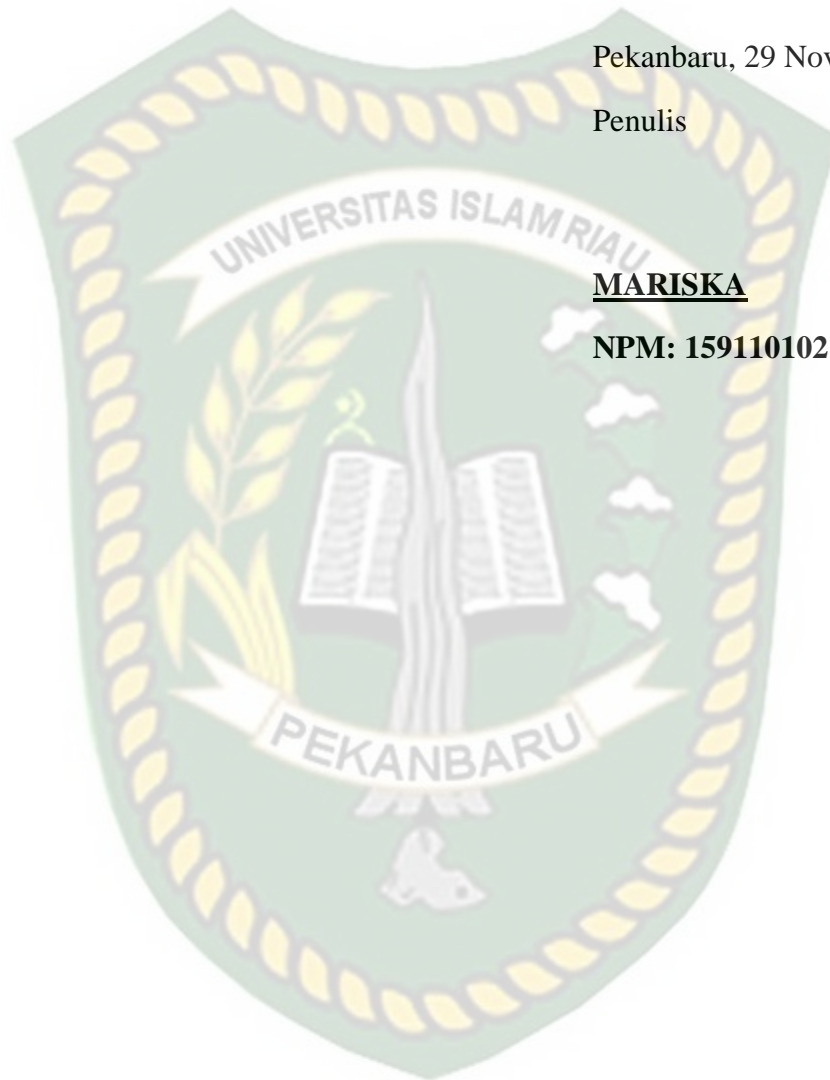
memberikan sebuah manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta berguna bagi yang membacanya.

Pekanbaru, 29 November 2019

Penulis

MARISKA

NPM: 159110102



Daftar Isi

Judul

Persetujuan Tim Bimbingan Skripsi

Persetujuan Tim Penguji Skripsi

Berita Acara

Lembaran Pengesahan

Lembar Pernyataan

Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambardan Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Fokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan.....	9
2. Manfaat.....	10
a. Teoritis.....	10
b. Praktis.....	10

BAB II TINJAUAN PENELITIAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur.....	11
1. Pengertian Aktivitas.....	11
2. Aktivitas Humas.....	11
3. Tujuan Publik Relations.....	19
4. Fungsi Publik Relations.....	21
5. Peran dan Aktivitas Humas.....	22
6. Media Massa.....	25
a. Pengertian Media Massa.....	25
b. Jenis-Jenis Media Massa.....	26
7. Media Sebagai Media Sosial.....	27
8. Aktivitas PR dalam Membina Hubungan Harmonis dengan Media Massa.....	29
B. Definisi Operasional.....	30
1. Humas.....	30
2. Aktivitas.....	30
3. Aktivitas Humas.....	30
4. Media Massa.....	30
C. Penelitian Terdahulu.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	33
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
D. Sumber Data.....	36
1. Data Primer.....	37
2. Data Sekunder.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Observasi.....	37
2. Wawancara.....	38
3. Dokumentasi.....	39
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	39
G. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
1. Sejarah Universitas Islam Riau.....	42
2. Visi dan Misi.....	46
a. Visi.....	46
b. Misi.....	46
3. Tujuan Universitas Islam Riau.....	47

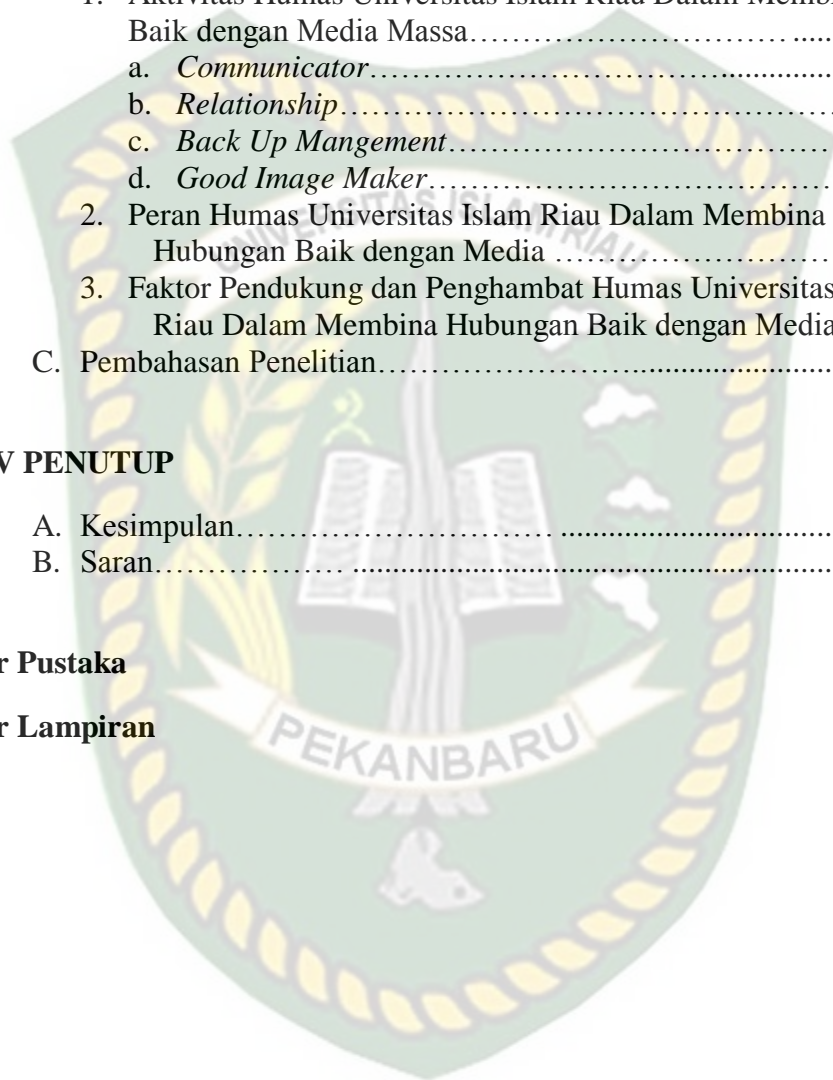
4. Struktur Organisasi Universitas Islam Riau.....	48
5. Profil Informan.....	49
B. Hasil Penelitian.....	49
1. Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa.....	50
a. <i>Communicator</i>	51
b. <i>Relationship</i>	53
c. <i>Back Up Mangement</i>	54
d. <i>Good Image Maker</i>	56
2. Peran Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media	57
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa... ..	60
C. Pembahasan Penelitian.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69

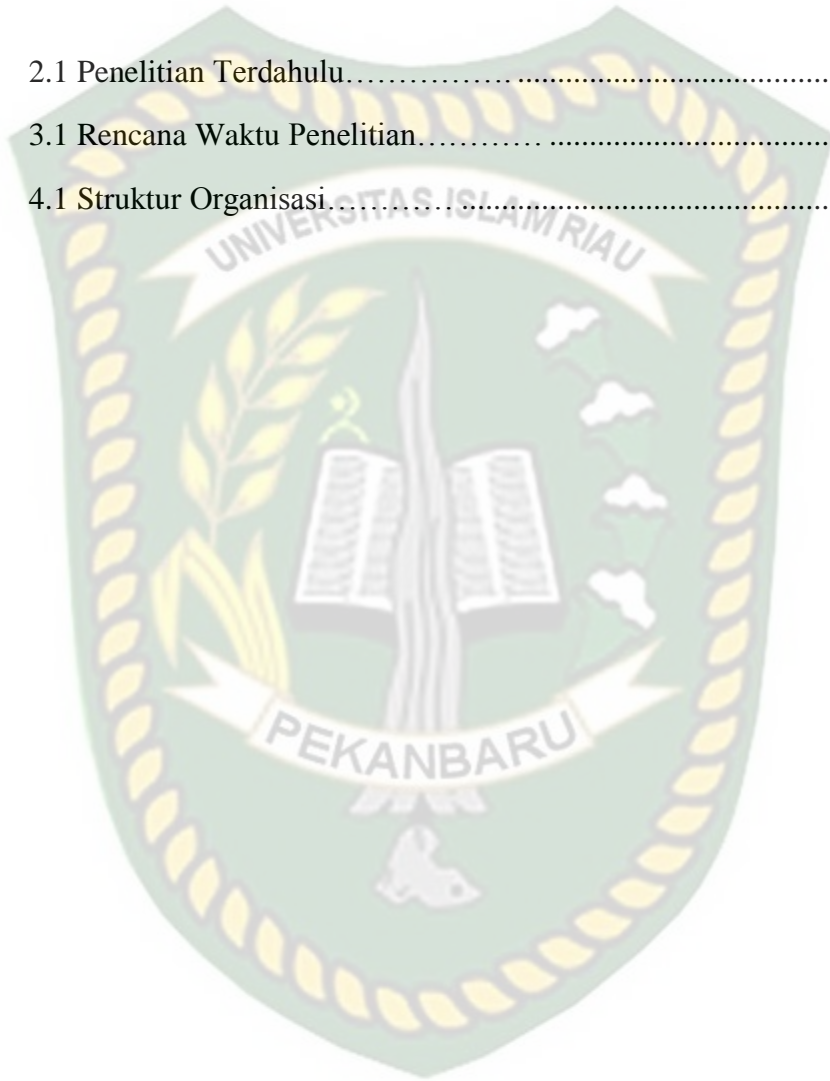
Daftar Pustaka

Daftar Lampiran



Daftar Tabel

Tabel	2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel	3.1 Rencana Waktu Penelitian.....	36
Tabel	4.1 Struktur Organisasi.....	48



Daftar Gambar dan Lampiran

Gambar	4.1 Logo Universitas Islam Riau.....	45
Gambar	4.2 Unggahan Instagram Universitas Islam Riau.....	52
Gambar	4.3 Unggahan Instagram Universitas Islam Riau.....	54
Gambar	4.4 Unggahan Instagram Universitas Islam Riau.....	55
Gambar	4.5 Unggahan Instagram Universitas Islam Riau.....	57
Gambar	4.6 Kegiatan Universitas Islam Riau.....	58
Gambar	4.7 Kegiatan Universitas Islam Riau.....	61

Lampiran

Lampiran 1 Daftar Wawancara kepada Humas Universitas Islam Riau.

Lampiran 2 Kegiatan Universitas Islam Riau

Lampiran 3 Foto Dokumentasi.

Lampiran 4 SK Pembimbing.

Lampiran 5 Surat Izin Riset Universitas Islam Riau.

Lampiran 6 Surat Pemerintah Provinsi Riau (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu).

Lampiran 7 Riwayat Hidup.

Abstrak

Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa

Mariska
(159110102)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mengetahui aktivitas humas universitas islam riau dalam membina hubungan baik dengan media massa. Aktivitas merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang pada sebuah perusahaan, sedangkan aktivitas humas merupakan salah satu komunikasi dua arah pada sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membantu dan bekerjasama. Aktivitas humas disini berkaitan dengan empat hal yang sangat mempengaruhi peran dari aktivitas Humas yaitu :*Communication, Relationship, Back up management, dan Good image maker*. Jenis Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini, disini peneliti lebih menekankan untuk melihat aktivitas humas dalam membina hubungan baik dengan media massa di Universitas Islam Riau, yang mana aktivitas humas sangat mempengaruhi berjalannya sebuah organisasi atau intansi. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas humas yang dilakukan oleh humas Universitas Islam Riau berd asarkan empat hal yaitu *Communication, Relationship, Back up management, dan Good image maker*. Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa pada penelitian ini peran humas sangat penting bagi sebuah intansi, karena tanpa humas sebuah intansi tidak akan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan.

Kata Kunci :Aktivitas, Humas, Universitas Islam Riau.

Abstract

Public Relations Activities of Riau Islamic University in Fostering Good Relationships with Mass Media

Mariska

(159110102)

This research is motivated by the desire to find out the public relations activities of the Riau Islamic University in fostering good relations with the mass media. Activity is one of the activities carried out by someone in a company, while public relations activity is one of two-way communication at a company with the aim to help and cooperate. Public relations activities here are related to four things that greatly affect the role of Public Relations activities, namely: Communication, Relationship, Back up management, and Good image maker. This type of research conducted by researchers is a type of qualitative descriptive research with interview, observation and documentation data. In this study, researchers emphasize here to look at public relations activities in fostering good relations with the mass media at the Islamic University of Riau, where public relations activities greatly affect the running of an organization or agency. This can be seen from the public relations activities carried out by the Riau Islamic University public relations based on four things namely Communication, Relationship, Back up management, and Good image maker. The results of the study here indicate that in this study the role of public relations is very important for an institution, because without public relations an institution will not run properly in accordance with the stated goals.

Keywords: *Activities, Public Relations, Riau Islamic University.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Universitas Islam Riau merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di Kota Pekanbaru yang berbasis Islam. Universitas Islam Riau berdiri pada tanggal 04 September 1962, yang terletak di Ibukota Provinsi Riau yaitu dikota Pekanbaru yang beralamat lengkap di Jl. Kaharuddin Nasution. Di Universitas Islam Riau terdapat 10 Fakultas yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Psikologi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan yang terakhir Pasca Sarjana

Universitas Islam Riau memiliki tujuan yang harus dicapai yaitu (1) menghasilkan lulusan yang bedaya saing, berkarakter, bermoral, beretikan dan berakhlak serta berintegras tinggi sesuai dengan tuntunan masyarakat lokal, nasional dan internasional. (2) menghasilkan inovasi sebagai landasan dalam penyelenggaraan pendidikan serta pengembangan, dan penyebarluasan ilmu pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS), untuk mendukung pembangunan daerah, nasional dan internasional. (3) menghasilkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu mendorong potensi SDM dan SDA dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, terutama dalam mengembangkan pola ilmiah pokok,

yakni Pembangunan Wilayah Pedesaan. (4) menghasilkan masyarakat madani berlandaskan nilai-nilai keislaman. (5) terwujudnya pengelolaan UIR yang terencana, produktif, efektif, efisien dan akuntabel. (6) meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan Dakwah Islamiyah serta memperkuat daya saing UIR di Asia Tenggara¹. Untuk tercapainya tujuan Universitas Islam Riau, Universitas Islam Riau memiliki seorang Humas.

Peran humas dilembaga pendidikan menurut Nasution (2006: 30) sebagai berikut (1) Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti: Dosen/guru, tenaga administrasi dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti orangtua siswa dan diluar lembaga pendidikan). (2) Membina komunikasi dua arah kepada public internal (Dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan public eksternal (lembaga luar/instansi, masyarakat dan media massa) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan. (3) Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada dilembaga pendidikan maupun yang ada dimasyarakat. (4) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat didalam masyarakat. (5) Bersikap terampil dalam menerjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.

Humas yang berperan sebagai jembatan antara pihak internal perusahaan dan eksternal dan juga untuk membina hubungan baik kepada publik internal Dalam

¹ <http://uir.ac.id/visi-misi/>. Diakses tgl 25 juni 2019

lingkungan lembaga pendidikan, membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan publik eksternal dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pemimpin, mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada dilembaga pendidikan maupun yang ada dimasyarakat, berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat dimasyarakat, beersikap terampil dalam menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik (Nasution, 2006 : 30). Begitupun di Universitas Islam Riau, Universitas Islam Riau memiliki seorang Humas Yang berperan menjembatani pihak internal dan pihak eksternal.

Humas Universitas Islam Riau memiliki aktivitas, peran, fungsi yang sebagaimana praktisi humas pada umumnya. Dan komunikasi merupakan suatu elemen penting yang dibutuhkan dalam menyampaikan informasi yang terkait dengan Universitas Islam Riau. Humas melakukan aktivitas yang berupa publikasi melalui media massa (cetak, elektronik, media *televisi* dan *online*) yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat, dan untuk meningkatkan citra dan mempertahankan kan citra tersebut, serta pembentukan opini dalam menarik simpati masyarakat.

Aktivitas itu sendiri yang berarti kegiatan, atau keaktifan. Jadi, kegiatan apa saja yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bersifat fisik maupun *non* fisik itu merupakan aktivitas, menurut Anton M. Mulyono (2001: 127).

Aktivitas *Public Relations* disini sangat erat kaitannya dengan pembentukan Opini Publik dan perubahan sikap dari masyarakat. Karena Aktivitas didalam *Public Relation* menekankan bahwa adanya “Komunikasi timbal balik (*Two Ways Traffic Communications*)” antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi terciptanya suatu tujuan tertentu (Ruslan, 2008: 1).

Aktivitas humas adalah Mediator yang menjembatani kepentingan Organisasi, lembaga perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan humas itu sendiri, Ardiato (dalam Ruliani, 2016: 10).

Aktivitas humas dilakukan oleh Humas Universitas Islam Riau untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditargetkan oleh perusahaan, citra positif salah satu hal yang harus didapatkan oleh perusahaan, karna hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Citra positif memberikan dampak yang kuat bagi perusahaan. Dengan begitu perusahaan dapat dengan mudah menjalin hubungan baik dengan publik. Media Massa menjadi salah satu alternatif yang membantu humas dalam penyampaian informasi dari organisasi kepada publik, karena dengan ada nya media massa masyarakat dapat dengan mudah melihat dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan mengenai organisasi tersebut. Media massa memiliki dampak yang kuat bagi organisasi, karen dengan adanya media massa, organisasi tersebut dapat menjaga reputasi dan menjaga citra perusahaan.

Dengan begitu, suatu organisasi atau perusahaan harus dapat menjalin hubungannya dengan media massa.

Berdasarkan *Pra Survey* yang dilakukan peneliti bahwasannya:

“Humas UIR telah melakukan aktivitas berupa kegiatan-kegiatan yaitu (1) Menyebarkan informasi kepada masyarakat umum yang berguna untuk memberikan informasi mengenai Universitas Islam Riau, yang mencakup 3 kegiatan (a) Publikasi, di Humas UIR menggunakan sarana, dan sarana ini merupakan sarana yang sering digunakan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan Humas UIR yaitu melalui Media Online dan Media Sosial. Adapun Media Online yaitu *website* yang berbentuk portal (uir.ac.id). dan Media Sosial yaitu *Facebook*, *Instagram* dan *Youtub*. (b) Promosi contohnya Baliho, Brosur, Spanduk, Bener. (c) Dokumentasi, mendokumentasikan seluruh publikasi yang telah terbit baik di media sosial maupun di media online, yang berguna untuk memberikan pelayanan kepada pimpinan Universitas Islam Riau dalam rangka Akreditasi, kemudian memberikan pelayanan juga kepada mahasiswa dan civitas akademika UIR melihat atau mengetahui perkembangan-perkembangan UIR dari aspek pemberitaan.

Maka dari itu Humas UIR mencetak majalah didalam waktu tiga bulan sekali dalam bentuk majalah yang diterbitkan oleh media sosial, dan media *online*. Yang bertujuan agar UIR dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pimpinan dan civitas akademika termasuk mahasiswa. (2) Humas UIR berusaha untuk semaksimal mungkin membantu pimpinan dalam menyajikan informasi dan data

terkait dengan apa-apa saja yang diperlukan oleh pimpinan dan civitas akademika. Jadi, Humas UIR dalam penyajian informasi itu hanya mensuplay kebutuhan databes UIR yang dibutuhkan oleh semua pihak, baik untuk kepentingan akademik maupun untuk kepentingan publikasi dan kepentingan perkembangan-perkembangan UIR yang lainnya. (3) Humas UIR juga sekaligus menjadi jembatan komunikasi atau pelayan informasi dari pihak internal maupun eksternal”(Sumber hasil wawancara Humas UIR pada tanggal 18 Januari 2019).

Bagi seorang humas media massa merupakan suatu keharusan. Bahkan, *Jerry Dalton jr*, salah seorang manajer komunikasi perusahaan di *Aircraft Company* mengatakan bahwa humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan baik dengan media (Nurudin, 2008: 12).

Di era yang sekarang ini, peran media massa sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau organisasi, guna membantu seorang Humas menjalankan perannya. Dengan adanya media massa, seorang Humas didalam organisasi atau perusahaan dapat dengan mudah memberikan informasi kepada publik.

Media massa mempunyai arti penting bagi organisasi terutama sebagai saluran untuk menyampaikan publikasi pada masyarakat luas secara umum dan publik (stakeholder) secara umum. Selain kemampuan dalam membangun wacana maupun membentuk opini, media juga banyak digunakan untuk membangun citra perusahaan maupun citra produk. Kepentingan publikasi tidak bersifat temporer, namun cenderung jangka panjang selama perusahaan tersebut ada dengan segala dinamikanya.

Menurut Ardianto, Komala dan Karlinah (2016: 103) Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yakni media cetak (surat kabar, koran, majalah, buki, spanduk, dll) dan media elektronik (televisi, radio, film, dan media online). Media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Dan seorang Humas atau organisasi harus mampu menjalin kerjasama yang baik dan harmonis kepada media massa. Karena apabila tidak terjalin hubungan baik antara media massa dengan humas atau organisasi. Maka, suatu organisasi atau perusahaan tersebut tidak berjalan dengan baik dan juga tujuan suatu organisasi juga tidak akan terwujud, karena menjalin kerjasama dengan media itu mempermudah memberikan informasi, dan menjaga reputasi serta citra perusahaan.

Hubungan Humas dan media massa sangat bergantung satu sama lain, karena mereka saling membutuhkan. Humas sangat membutuhkan media massa untuk menyebarkan informasi yang positif mengenai organisasi ataupun perusahaannya, sedangkan media massa memerlukan bahan berita yang akan di publikasikan kepada khalayak ramai.

Dari semua media massa yang ada, media massa yang sangat sering digunakan oleh Humas Universitas Islam Riau adalah Media Massa Elektronik, yaitu (televisi, radio, dan media online). Dan peneliti mengamati, dari beberapa Media Massa Elektronik yang ada, Media yang sering digunakan oleh Humas Universitas Islam Riau yaitu Media Online, seperti : Instagram, website, facebook.

Berdasarkan dari uraian Latar Belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “***Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa***”. Yang bertujuan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan oleh Humas Universitas Islam Riau dalam membina hubungan dan menjaga hubungan baik dengan media massa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan Latar Belakang diatas, maka penulis berusaha memberikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Aktivitas Humas Universitas Islam Riau dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa.
2. Pentingnya peran humas dalam menjalin hubungan kerjasama yang baik antara Media Massa.
3. Manfaat Media Massa bagi Humas Universitas Islam Riau dalam mempublikasikan informasi kepada khalayak ramai.

C. Fokus Penelitian

Mengingat banyaknya identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka penulis hanya memfokuskan permasalahan penelitian pada “***Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa***”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Bagaimana aktivitas apa saja yang dilakukan humas Universitas Islam Riau dalam membina hubungan baik dengan media massa?"
2. Faktor apa saja yang menghambat dan mendukung humas Universitas Islam Riau dalam membina hubungan baik dengan media massa?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui Aktivitas apa saja yang dilakukan Humas Universitas Islam Riau dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa.
- b. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang menghambat dan mendukung humas Universitas Islam Riau dalam membina hubungan baik dengan media massa.

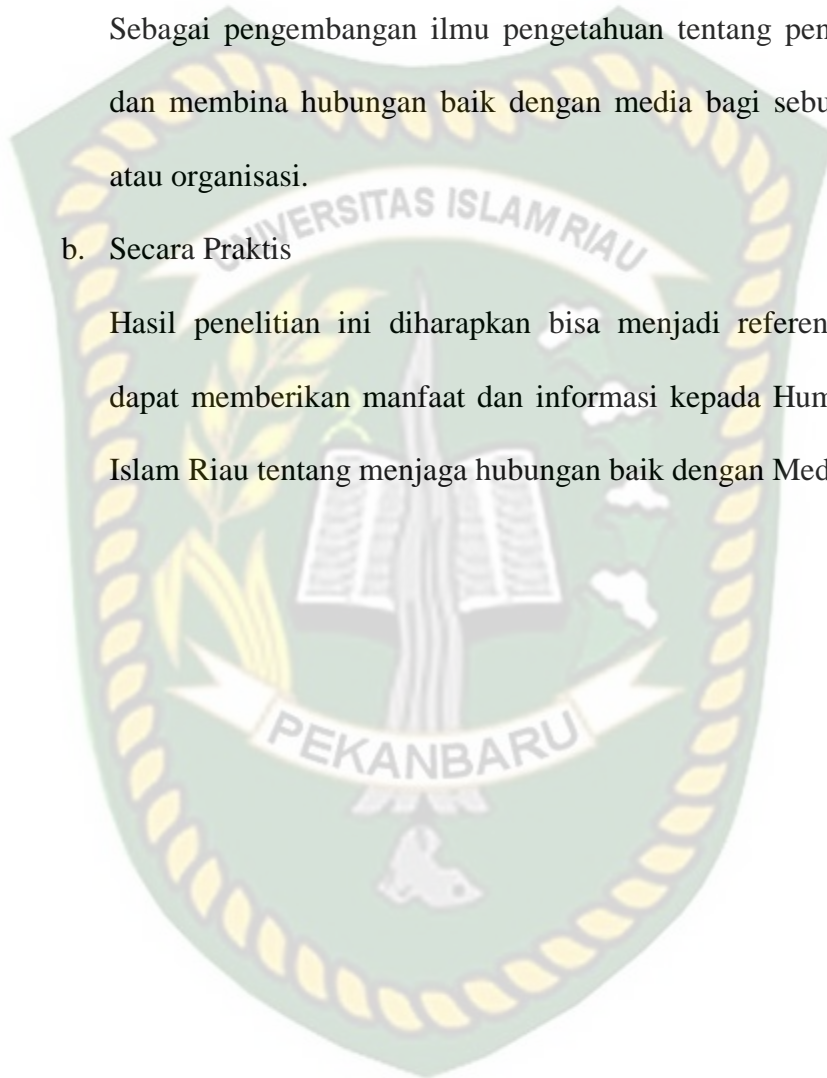
2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang pentingnya, peran dan membina hubungan baik dengan media bagi sebuah perusahaan atau organisasi.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi ilmiah atau dapat memberikan manfaat dan informasi kepada Humas Universitas Islam Riau tentang menjaga hubungan baik dengan Media Massa.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Pengertian Aktivitas

Menurut Mulyono (2001:26), Aktivitas artinya “kegiatan atau keaktifan”. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik, merupakan suatu aktivitas.

Didalam lembaga pendidikan atau Universitas, khususnya UIR banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat membuat Universitas tersebut mendapatkan citra atau simpati dari masyarakat, yang bertujuan agar masyarakat tertarik dengan UIR dan menjadikan UIR sebagai Universitas pilihan mereka untuk melanjutkan pendidikan mereka.

2. Aktivitas Humas

Pada dasarnya, humas merupakan bidang atau fungsi yang diperlukan oleh setiap organisasi baik yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang *non* komersial, mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah.

Humas adalah salah satu cabang ilmu komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan bagi dirinya sendiri,

maupun untuk orang lain atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi dan masyarakat. (Morissan, 2008: 37).

Jika anda berupaya untuk memberikan kesan yang baik dan positif mengenai diri kita kepada orang lain, maka sebenarnya anda sudah menjalankan fungsi humas untuk diri kita sendiri. Seorang humas adalah seseorang yang ikut serta bersaing dalam memperebutkan perhatian masyarakat. Tugas pertama praktisi humas adalah mendapatkan perhatian dari khalayak sasaran, yang kedua yaitu menarik minat (ketertarikan) khalayak terhadap isi pesan, ketiga yaitu membangun suatu keinginan dan niat khalayak agar tetap sesuai dengan pesan, dan keempat mengarahkan tindakan khalayak agar tetap sesuai dengan isi pesan yang disampaikan.

Ada dua jenis aktivitas *public relation*, sebagai teknik komunikasi dan metode komunikasi. Sebagai teknik komunikasi, *public relation inherent* dan dilakukan dalam diri setiap individu (*everybody is a PR*), sebagai metode komunikasi, aktivitas *Public relation* dilakukan oleh sebuah badan/lembaga khusus dalam suatu organisasi misalnya biro humas atau departemen *Public Relation* (Kriyantono, 2015:38).

Aktivitas humas bukan hanya untuk menciptakan opini publik yang baik dan citra positif, namun, bagaimana mempertahankan hal tersebut. Humas perguruan tinggi juga melakukan banyak tindakan dan hal-hal lain yang dapat mempertahankan citra positif perusahaan.

Menurut Cultip-Center-Broom dalam Morissan (2008: 15) ruang lingkup humas mencakup kegiatan publisitas, iklan, *press agency*, *public affairs*, manajemen

isu, lobi dan hubungan investor. Ruang lingkup tugas dan aktivitas humas tidak hanya publik eksternal tetapi juga publik internal.

Cultip dan rekan menjelaskan tentang ruang lingkup atau kegiatan humas dalam perkembangan mutakhir tersebut yaitu:

a. Publisitas

Salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh seorang humas adalah publisitas, yaitu kegiatan yang menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di Media Massa. Dengan kata lain publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan di Media Massa. Publisitas menekankan pada proses komunikasi satu arah. Publisitas adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan media massa karena informasi itu memiliki nilai berita. Publisitas merupakan nilai metode yang tidak dapat dikontrol humas dalam hal penempatan pesan di media massa karena sumber tidak membayar media untuk membuat berita bersangkutan.

Dengan demikian, publisitas adalah informasi yang bukan berasal dari media massa atau bukan berasal merupakan hasil pencarian wartawan media massa itu sendiri, namun media menggunakan informasi tersebut karena informasi itu memiliki nilai berita. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah, sedangkan humas adalah komunikasi dua arah (Morissan, 2008: 15).

Publisitas merupakan salah satu alat dalam kegiatan humas, namun humas tidak akan dapat berbuat banyak tanpa publisitas. Mungkin banyak orang tidak mengira bahwa sebagian besar berita atau informasi yang disebarluaskan media

massa merupakan hasil kerja humas. Informasi yang diberikan kepada media massa melalui berbagai cara misalnya, mengirimkan siaran pers, mengundang wartawan pada jumpa pers, atau mengundang wartawan pada acara tertentu yang diadakan suatu organisasi. Jika informasi yang ditawarkan humas diterima oleh wartawan dan diperluaskan melalui media massa, maka humas dari organisasi atau perusahaan bersangkutan telah melakukan kegiatan kehumasan yang disebut dengan publisitas.

Praktisi humas hanya memiliki sedikit kontrol atau bahkan tidak memiliki kontrol sama sekali terhadap media massa yang menyiarkan berita publisitas tersebut. Hal itu disebabkan publisitas bukanlah iklan yang harus dibayar karena permuatannya di media massa. Humas tidak mengetahui apakah informasi yang diberikan kepada wartawan akan digunakan atau tidak digunakan atau kapan informasi itu akan digunakan dan bagaimana media massa menggunakan informasi itu. Humas hanya menawarkan informasi yang dinilai memiliki nilai berita dengan harapan editor dan reporter media massa akan mempublikasikan informasi itu. Keberhasilan kegiatan publisitas suatu organisasi akan bergantung dari nilai berita dari informasi yang disampaikan yang dapat menarik redaktur media massa. Informasi yang disampaikan melalui siaran pers hendaknya dilengkapi dengan foto, video dan kutipan pernyataan pengurus organisasi atau pejabat perusahaan.

b. Iklan

Iklan adalah informasi yang ditempatkan di media oleh sponsor yang diketahui membayar untuk waktu dan tempat yang disediakan. Iklan merupakan metode terkontrol untuk menempatkan pesan pada media.

Tujuan humas memasang iklan di media massa adalah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang bukan menjadi pelanggan dari perusahaan tempat humas itu berada. Humas juga menggunakan ruang iklan dalam bentuk advetorial serta iklan layanan sosial lainnya untuk menjelaskan tanggungjawab sosial organisasi. Perbedaan publisitas dengan iklan yaitu bahwasannya publisitas merupakan fungsi manajemen karena murni merupakan kegiatan humas, sedangkan iklan menjadi fungsi pemasaran.

c. *Press Agency*

Pekerjaan humas lainnya terkait dengan publisitas adalah *Press Agency* yaitu suatu kegiatan yang menampilkan peristiwa atau rencana yang bertujuan untuk menarik perhatian media massa secara terus menerus kepada seseorang, produk atau organisasi. Organisasi atau perusahaan tentu terkadang membutuhkan media massa untuk terus menerus memberitakan atau mengekspos kegiatan mereka. Upaya untuk terus mendapatkan perhatian media massa disebut dengan *Press Agency*.

Press Agency adalah menciptakan peristiwa-peristiwa atau cerita-cerita yang bernilai berita untuk menarik perhatian media dan mendapatkan perhatian publik. *Press Agency* cukup sering digunakan sebagai salah satu alat dalam kegiatan humas, sehingga *press Agency* sering disamakan dengan humas. Tentu saja humas beda dengan *Press Agency* karena mencakup kegiatan yang lebih luas dari sekedar menarik khalayak.

d. *Public Affairs*

Public Affairs adalah bidang khusus humas yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik. Definisi ini menunjukkan bahwa terdapat dua pihak yang menjadi fokus *Public Affairs*, yaitu pemerintah dan masyarakat lokal. Pemerintah meliputi pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Public Affairs bertugas untuk mempengaruhi kebijakan publik yang dapat mendukung tujuan perusahaan. Banyak organisasi atau lainnya yang saat ini telah memiliki petugas yang khusus menangani hubungan dengan pemerintah yang bekerja pada unit yang disebut dengan *government relation*.

e. Manajemen isu

Manajemen isu merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul ditengah masyarakat dalam upaya organisasi atau perusahaan untuk memberikan tanggapan atau respon yang sebaik-baiknya. Tanggapan yang baik diperlukan agar isu atau opini publik itu tidak berkembang secara negatif sehingga merugikan perusahaan atau isu itu tidak berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan.

Upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul dilakukan melalui riset atau penelitian. Dengan demikian, manajemen isu adalah sesuatu yang berkenaan dengan riset kehumasan.

Menurut Howard Chase dalam Morissan (2008: 26) manajemen isu meliputi tindakan mengidentifikasi isu, menganalisis isu, menetapkan prioritas, menentukan

strategi program, menetapkan program tindakan dan komunikasi serta melakukan evaluasi efektivitas kerja. Semua tindakan tersebut merupakan proses yang menghubungkan prinsip, kebijakan dan tindakan perusahaan dengan realita ekonomi politik yang tengah berkembang. Chase mendefinisikan manajemen isu sebagai proses untuk menutupi jurang pemisah antara korporat dan harapan pihak terkait.

Aktivitas Humas adalah komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/kerjasama. Peranan humas dalam manajemen suatu organisasi itu terlihat dengan adanya beberapa aktivitas pokok kehumasan yaitu:

- a) Mengevaluasi sikap atau opini publik;
- b) Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi atau perusahaan dengan kepentingan publiknya;
- c) Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas humas.

Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga dalam berbagai aktivitas adalah sebagai berikut Membina hubungan kedalam (publik internal) Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan dan organisasi itu sendiri. Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

Adapun *defenisi Public Relations* yang diambil dari “*The British Institute Relations*” adalah :

1. Aktivitas *Public Relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya.
2. Praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.²

Aktivitas Humas atau *Public Relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara perusahaan atau organisasi dengan pihak publik, baik publik internal maupun eksternal organisasi. Aktivitas *Public Relations* bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, baik berupa kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa. Aktivitas *Public Relations* dapat terjadi diberbagai organisasi mulai dari organisasi yang terkecil seperti tingkat rumah tangga (RT) sampai perusahaan internasional maupun dalam pemerintahan, sehingga tidak tertutup kemungkinan bahwa aktivitas *Public Relations* pun terjadi pada organisasi non profit atau Perusahaan Swadaya Masyarakat.³

Jadi dari beberapa teroi yang ada diatas, peneliti menggunakan konsep dari Rasyid (2009: 126) adalah :

² <http://repository.uin-suska.ac.id/2647/3/BAB%20II.pdf>. Diakses tgl 06 agustus 2019

³ file:///C:/Users/User/Downloads/SKRIPSI_Igraina%20Shallyhan.pdf. Diakses tgl 06 agustus 2019

1) *Communicator*

kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak maupun elektronik dan lisan atau tatap muka. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator sekaligus persuader.

2) *Relationship*

Kemampuan peran Humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternal.

3) *Back up management*

Melaksanakan dukungan manajemen kegiatan lain, seperti manajemen promosi, operasional, personalia, dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan.

4) *Good image maker*

Menciptakan citra atau publikasi merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktifitas Humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan citra atau nama baik organisasi dan produk yang diwakilinya.

3. Tujuan Public Relations

Tujuan *Public Relations* adalah untuk membina hubungan baik dengan publiknya melalui komunikasi dua arah. Istilah *public* dalam kegiatan *public relations* adalah khalayak yang dijadikan sasaran dari *public relations*. Publik itu disebut dengan *stakeholders*, yakni sekumpulan orang atau pihak yang diduga atau memiliki kepentingan atas perusahaan. Selain itu, tujuan dari *Public Relations* adalah

membangun kredibilitas dan membangkitkan motivasi bagi *stakholders* yaitu guna untuk meminimalkan biaya proses transfer komunikasi. (Ruliana, 2016: 205) Tujuan utama dari *Public Reations* dapat dikelompokan sebagai berikut :

a. *Perfomance Objective*

Kegiatan *Public Relations* merupakan kegiatan komunikasi untuk mempresentasikan citra perusahaan kepada publiknya, melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan memperkaya identitas dan citra perusahaan di mata publiknya.

b. *Support Of Consumer Market Objectiv*

Kegiatan *Public Relations* dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan menitik beratkan identifikasi pada tingkat kesadaran konsumen, sikap dan persepsi konsumen terhadap produk, tayangan yang ditawarkan perusahaan. Hasil identifikasi tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan strategi pendekatan yang sesuai.

4. Fungsi *Public Relations*

Menurut (Ruliana, 2016: 203) mengatakan bahwa fungsi *Public Relations* adalah sebagai berikut :

a. *Programming*

Fungsi ini antara lain mencakup analisis masalah dan peluang, untuk menentukan tujuan dan publik serta merekomendasi dan merencanakan kegiatan. Selanjutnya termasuk kedalam nya yaitu pembuatan anggaran penjadwalan pembagian dan pendelegasian.

b. *Relationship*

Seorang praktisi *Public Relations* harus mengembangkan keterampilan dalam mengumpulkan informasi dari manajemen, dan dari sumber-sumber diluar organisasi.

c. *Writing and Editing*

Seorang praktisis *Public Reltions* bisa menulis dan menyunting berita-berita yang diterima untuk kemudin ditulis dan diedit dalam bentuk *booklets, media release, news letter, prokpestus, bulletin, annual report*.

d. *Information*

Membangun sistem informasi yang baik merupakan salah satu cara untuk menyebarkan informasi secara efektif agar publik mengetahui tentang informasi organisasi.

e. *Production*

Fungsi ini berkaitan dengan kegiatan produksi media komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan yang dirancang oleh praktisi *Public Relations*.

f. *Special Event*

Konferensi pers, pameran, ulangtahun perusahaan, pemberian penghargaan, kunjungan perusahaan dan sebagainya merupakan kegiatan yang harus ditangani oleh praktisi *Public Relations*.

g. *Speaking*

Keterampilan penting yang juga harus dimiliki praktisi *Public Relations* adalah berbicara baik untuk tatap muka individual maupun tatap muka kelompok dan menulis pidato adalah bagian dari tugas *Public Relations*.

h. *Research dan Evaluation*

Aktivitas penting yang dilakkan *Public Relations* adalah pengumpulan fakta yang dilakukan melalui riset dengan menggunakan berbagai metode. Hasil dari riset kemudian di evaluasi.

5. Peran Dan Aktivitas Humas

Pengertian peran adalah serangkaian perilaku yang dihadapkan pada seorang sesuai dengan posisi social yang diberikan baik secara formal maupun informal. Peran didasarkan pada ketentuan dan harapan peran menerangkan apa yang individu-

individu harus lakukan dalam situasi tertentu agar dapat memperoleh harapan-harapan mereka sendiri ataupun harapan orang lain menyangkut peran-peran tersebut (Friedman, 1992: 286).

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002:243), yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal diatas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang telah ditetapkan sebelumnya disebut sebagai peranan normatif. Sebagai peran normatif dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total yaitu penegakan hukum secara penuh, (Soerjono Soekanto,1987: 220).

Peranan humas dalam suatu organisasi menurut Dozier dan Broom (dalam Ruslan. 2005: 20) dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu :

a. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah hubungan dengan publiknya, hubungan praktisi pakar humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya. Artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar humas (*Expert Prescriber*) tersebut dalam

memecahkan dan mengatasi persoalan humas yang tengah dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang di inginkan dan diharapkan oleh publiknya. sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian diri dari tim manajemen. Hal ini di maksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*Adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara nasional maupun professional. Biasanya dalam menghadapi krisis yang terjadi, maka dibentuk tim posko yang dikoordinir praktisi ahli humas dengan melibatkan departemen dan keahlian dalam suatu tim khusus untuk membant atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Teknisi Komunikasi (*Communication Technical*)

Berbeda dari tiga peranan sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peran humas sebagai *Communication Technical* menjadikan praktisi humas sebagai *Journalist in resident* yang menyediakan layanan teknis komunikasi.

Sedangkan peran humas dilembaga pendidikan menurut Nasution (2006: 30)

sebagai berikut :

- a. Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti: Dosen/guru, tenaga administrasi dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti orangtua siswa dan diluar lembaga pendidikan).
- b. Membina komunikasi dua arah kepada public internal (Dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan public eksternal (lembaga luar/instansi, masyarakat dan media massa) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
- c. Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada dilembaga pendidikan maupun yang ada dimasyarakat.
- d. Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat didalam masyarakat.
- e. Bersikap terampil dalam menerjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.

6. Media Massa

a. Pengertian Media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya

radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010:123,126).⁴

Menurut Effendy (2003:65), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

b. Jenis-Jenis Media Massa

Jenis-jenis Media Massa Menurut (Cangara, 2010:74), Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain :

1. Media cetak Adalah media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.

⁴ <http://eprints.umm.ac.id/35192/3/jiptummpg-gdl-nurfadilla-47903-3-babii.pdf/>. Diakses tgl 26 juni 2019

2. Media elektronik dan Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.
3. Media internet. Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi dsb. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.

7. Media Massa Sebagai Lembaga Sosial

Media massa adalah lembaga sosial kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem kemasyarakatan. Sebagai satu diantara berbagai subsistem kemasyarakatan lainnya, maka secara ilmiah media massa akan sangat mempengaruhi

dan dipengaruhi subsistem yang lain. Secara teoritis apabila media massa dan subsistem kemasyarakatan dapat berinteraksi secara harmonis dalam pola relasi yang saling memerlukan, maka operasional media diduga akan berlangsung secara efektif dan dinamis sesuai dengan perkembangan masyarakat. Dengan demikian media massa tidak hidup secara mandiri, tetapi memengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.

Dalam hal ini, media massa hidup sebagai subsistem dalam suatu system lingkungan sosial masyarakat tertentu. Yang mana setiap masyarakat itu pasti memberlakukan adanya aturan baik berupa nilai-nilai, norma, maupun etika yang diacu untuk ketertiban interaksi warga masyarakat.

Kitty. O. Locker (2004:297) mengatakan bahwa media massa sebagai lembaga sosial dalam operasionalnya dipengaruhi oleh norma sosial, budaya, politik, hukum, dan ekonomi yang bersumber dari *National Culture, Organizational Culture dan personal Culture*.

Media massa sebagai lembaga sosial hidup dalam lingkungan kebangsaan (negara), lingkungan organisasi (perusahaan), maupun dalam kehidupan pribadi *audience*. Dalam semua lingkungan itu senantiasa menginternalisasikan norma-norma social budaya tertentu yang dijunjung tinggi semua warganya.

8. Aktivitas PR dalam Membina Hubungan Harmonis dengan Media Massa

Dalam membina hubungan yang harmonis pada dasarnya mengacu pada sikap saling menghargai (*mutual appreciation*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*) dan toleransi. Hubungan yang baik dengan media massa tersebut dibangun melalui suatu kejujuran, serta mau membantu untuk pelayanan pemberian sumber berita atau informasi yang diperlukan dalam suasana saling menghormati, dan adanya keterusterangan. Hubungan baik dengan media dapat tercapai apabila pihak *Public Relations* menerapkan prinsip-prinsip membina hubungan yang harmonis yaitu:

- a. Mutlak adanya kejujuran, dan keterusterangan.
- b. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pers /media.
- c. Jangan meminta-minta atau mengemis kepada pers/wartawan, misalnya agar press release bisa dimuat padahal nilai beritanya tidak ada sama sekali.
- d. Jangan coba-coba minta untuk menutup saluran informasi, misalnya pihak humas mengucapkan, *no comment*, tidak tahu, tolong jangan dimuat, hingga *off the record* kepada pihak pers. Kalau saluran informasi tersebut ditutup, maka pers akan mencari informasi tidak resmi, yang kebenarannya tidak dapat lagi terkontrol oleh pihak humasnya.
- e. Jangan terlalu membanjiri media dengan segala macam publisitas yang tidak jelas tujuan atau sasaran yang hendak dicapai.

- f. Selalu meng-*updated* setiap daftar nama reporter, tugas peliputannya, alamat dan telepon redaksi dan sebagainya, agar dalam kerjasama itu saling mengenal dengan baik antar kedua belah pihak dalam upaya membangun "*good press relationship*" tersebut (Ruslan,199:158).⁵

B. Definisi Operasional

Humas : humas adalah bagian yang sangat penting disuatu organisasi atau perusahaan, yang berguna sebagai jembatan antara organisasi dan publik. Dan membantu mencapai suatu tujuan organisasi atau perusahaan. Humas ini sangat penting disuatu organisasi.

Aktivitas : kegiatan-kegiatan yang dapat membuat Universitas tersebut mendapatkan citra atau simpati dari masyarakat, yang bertujuan agar masyarakat tertarik dengan UIR dan menjadikan UIR sebagai Universitas pilihan mereka untuk melanjutkan pendidikan mereka.

Aktivitas humas : aktivitas humas adalah kegiatan-kegiatan yang positif, yang dilakukan oleh seorang humas. Yang berguna untuk menciptakan citra dan mempertahankan citra.

Media massa : media massa adalah alat alternatif yang digunakan oleh seorang humas untuk menyebarkan informasi mengenai suatu organisasi atau

⁵http://staffnew.uny.ac.id/upload/131570332/penelitian/AKTIVITAS+PUBLIC+RELATIONS++DALAM+RANGKA+MEMBINA+HUBUNGAN+BAIK+DENGAN+MEDIA+MASSA_1.pdf. Diakses tgl 06 Agustus 2019

perusahaan yang sedang ia pegang. Media massa ini sangat penting bagi suatu organisasi, karena media massa yang memiliki kekuatan untuk membuat publik percaya akan organisasi tersebut.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul peneliti	Tujuan penelitian	Hasil
1	Lutfiatun Hidayah, 2010	Aktivitas <i>Media relation</i> Pt. Pertamina (Persero) Pemasaran BBM retail region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY Dalam Menghadapi Krisis Konversi Minyak Tanah Ke LPG.	Untuk melihat bagaimana aktivitas <i>Media relation</i> Pt. Pertamina (Persero) Pemasaran BBM retail region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY Dalam Menghadapi Krisis Konversi Minyak Tanah Ke LPG.	Hasil penellitian ini menunjukkan bahwa aktivitas <i>Media Relation</i> yang dilakukan PT. Oertamina (persero) pemasaran BBM retail region IV wilayah Jawa Tengah dan DIY dalam menghadapi krisis konversi minyak tanah ke LPG adalah dalam bentuk siaran pers, konfersi pers, <i>media gathering</i> , perjalanan pers/ <i>perstour</i> , <i>media visit</i> , <i>spesial event</i> , wawancara khusus dan menjadi narasumber media. Beberapa aktivitas dilakukan

				dengan media dan <i>cyber public relation</i> .
2	Tito Adityo Taufik (2013)	Aktivitas Public Relation Dalam Mempromosikan KidsZona Indonesia Sebagai Wahana Permainan dan Edukasi Untuk Anak-anak di Makassar.	Untuk mengetahui aktivitas PR Kidszona Indonesia dalam kegiatan promosi kepada masyarakat.	Aktivitas yang dilakukan PR dalam mempromosikan KidsZona Indonesia yaitu dengan cara mempromosikan kepada masyarakat sesuai dengan tugas dan fungsinya dengan menggunakan kegiatan penelitian, perencanaan penggiatan dan evaluasi.

Persamaan Dan Perbedaan

Dari tabel diatas, tampak jelas persamaan dan perbedaan antara penelitian yang peneliti buat, dan penelitian terdahulu.

1. Persamaan

Sama-sama menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif

2. Perbedaan

Perbedaannya adalah, tujuan penelitian yang berbeda, tempat penelitian, dan media apa yang digunakan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Untuk meneliti bidang sosial, dan khususnya komunikasi adalah lebih tepat jika dilakukan dengan metode kualitatif, untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, perasaan, keinginan, dan kemauan seseorang atau kelompok. Maka risetnya dilaksanakan dengan teknik-teknik wawancara yang menggali melalui kasus tertentu, atau wawancara mendalam dan observasi terhadap suatu gejala, peristiwa, perilaku atau sikap tertentu dengan upaya mendekati informan bersangkutan sebagai objek penelitian kualitatif (Ruslan, 2010: 215).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perpektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut (Ruslan, 2010: 215).

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif yang mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai data atau informasi yang diperoleh. Peneliti akan mendeskripsikan dengan jelas Aktivitas apa saja yang dilakukan oleh Humas Universitas Islam Riau dalam membina hubungan baik dengan media massa berdasarkan hasil informasi yang faktual dan akurat serta secara sistematis.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Teknik yang digunakan dalam pemilihan subjek pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik sampling yang digunakan peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Informan dipilih peneliti berdasarkan atas pertimbangan informan yang dibutuhkan (Sugiyono 2012: 61).

Subjek dari penelitian ini ada dua Humas Universitas Islam Riau, yaitu Dr. Syafriadi, SH., MH (Kepala Bagian Humas Biro Administrasi Umum Universitas Islam Riau) dan Riana Putri, S. I. Kom (Staf Protokoler, Media Sosial dan Infentaris)

Informan merupakan orang yang memberikan informasi dalam penelitian ini, peneliti memilih informan melalui yaitu informan dipilih peneliti berdasarkan atas pertimbangan informan yang memiliki kemampuan dan kesanggupan dalam

memberikan informasi yang dibutuhkan dan setiap informan dipilih berdasarkan ketua dari setiap divisi diatas, serta berdasarkan tugas pokok diperusahaan dan pengetahuannya yang berhubungan dengan penelitian yaitu Aktivitas Humas Universitas Islam Riau dalam membina Hubungan baik dengan Media Massa (Sugiyono 2012: 61).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala suatu permasalahan yang dianggap penting berdasarkan penelitian atau kriteria tertentu dan mewakili informasi yang dibutuhkan dalam peneliti. Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah 2002: 115). Yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah Aktivitas Humas Universitas Islam Riau dalam membina Hubungan Baik dengan Media Massa.

C. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada Universitas Islam Riau. Yang beralamat lengkap di Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan, pekanbaru, Provinsi Riau.

Tabel 3.1
Jadwal Waktu Penelitian Tentang Aktivitas Humas Universitas Islam Riau
Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa.

No	Jenis Kegiatan	2019																															
		Mart-Apl				Mei				Juni				Juli				Agst				Sep-Okt				Nov				Des			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan dan Penyusunan Usulan Penelitian	x	x	x	x																												
2.	Seminar Usulan Penelitian							x																									
3.	Revisi Proposal											x	x	x	x	x																	
4.	Penelitian Lapangan													x	x	x	x	x															
5.	Pengolahan dan Analisis Data																	x	x	x	x	x											
6.	Konsultasi Bimbingan Skripsi																							x	x								
7.	Ujian Skripsi																															x	
8.	Revisi & Pengesahan Skripsi																															x	x
9.	Penyerahan Skripsi																															x	X

D. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian. Dalam proses pengumpulan data ada beberapa metode yang digunakan sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan (Kriyantono, 2010:41). Sumber data ini bisa diresponden atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuesioner atau wawancara, observasi. Dalam hal ini penulis memperoleh data primer dari Kepala Bagian Humas Universitas Islam Riau.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder, data ini juga dapat diperoleh dari data primer (Kriyantono, 2010:42). Data sekunder peneliti didapat secara tidak langsung melalui perantara yaitu seperti buku-buku, jurnal dan internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan untuk mengamati objek-objek disekitar kita secara langsung. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada saat riset kualitatif yang diobservasi adalah

interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek dan riset (Kriyantono, 2010: 112).

Observasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, yang merupakan metode observasi dimana prariset hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan Aktivitas seperti yang dilakukan subjek, baik kehadirannya diketahui atau tidak (Kriyantono, 2010: 112).

2. Wawancara

Wawancara merupakan antara seseorang yang berharap mendapatkan informasi dari informan dengan informan atau seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Kriyantono, 2010: 100). Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) kepada informan peneliti mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam.

Dalam hal ini wawancara yang digunakan dengan format baku terbuka, dalam arti memberikan kesempatan kepada informan memberikan jawaban sesuai dengan pemikiran, sedangkan pertanyaan sudah ditentukan oleh peneliti sebelum melakukan wawancara. Wawancara ini melibatkan Kepala Bagian Humas Universitas Islam Riau.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering dilakukan atau digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2010: 120) yaitu dengan cara mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat didalam dokumen. Dokumentasi sementara yang didapat dalam penelitian ini yaitu, foto-foto yang saat melakukan wawancara.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik keabsahan yang dilakukan didalam penelitian bertujuan agar hasil suatu penelitian dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi. Teknik keabsahan data yang relevan didalam penelitian ini adalah :

Triangulasi, menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Jawaban subjek di periksa dengan dokumen yang ada (Dwidjuwinoto, 2002: 9).

Dalam riset kualitatif triangulasi menjadi sesuatu yang sangat penting untuk membantu pengamatan menjadi lebih jelas sehingga informasi yang diperlukan menjadi lebih jernih. Untuk itu, perlu diadakan pengecekan ulang terhadap sumber-sumber data dengan cara :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan oleh seseorang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. (Iskandar, 2008: 230).

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data yang dipopulerkan oleh Huberman dan Miles (1984) yaitu model analisis data interaktif. Model analisis interaktif terdiri dari 3 hal utama yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Mengacu pada hal tersebut data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diolah secara kualitatif dan dianalisa dengan deskriptif dengan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diangkat (dalam Sugiyono, 2012: 91).

Teknik analisa data yang peneliti lakukan mengacu pada teknik analisis data yang interaktif Miles dan Huberman (1984), dimana untuk tahap awal peneliti melakukan pengumpulan data dari para informan (subjek penelitian) dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data yang diperlukan telah didapati oleh peneliti selanjutnya peneliti menyajikan data tersebut dengan menyusun data-data yang telah ada, data-data tersebut kemudian direduksi oleh peneliti dengan membuang sebagian data yang tidak diperlukan didalam penelitian ini. Namun pada

saat pengumpulan data penyajian data dilakukan, peneliti juga bisa melakukan reduksi data secara langsung sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Langkah selanjutnya setelah data direduksi data kemudian disajikan lagi dalam susunan data yang lebih rapi barulah peneliti dapat mengambil kesimpulan dari permasalahan yang diangkat.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Universitas Islam Riau

Universitas Islam Riau adalah perguruan tinggi islam tertua di Provinsi Riau, tepatnya dikota Pekanbaru, yang berdiri pada tanggal 4 September 1962 bertepatan dengan 23 Zulkaidah 1382 H, dibawah Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau. Tokoh pendiri Universitas Islam Riau yaitu :

1. Dr. Wan Abdurrahman
2. Soeman Hasibuan
3. H. Zaini Kunin
4. H. A. Malik
5. H. Bakri Sulaiman
6. H. A. Kadir Abbas, S. H
7. H. A. Hamid Sulaiman

Pertama kali Universitas Islam Riau hanya ada satu Fakultas saja, yaitu Fakultas Agama dengan dua Jurusan yaitu Hukum dan Tabiyah. Dekan pertama H. A Kadir Abbas, S.H. terletak di pusat Kota Pekanbaru Jalan Prof. Mohd. Yasmin, S.H, bangunan gedung tingkat dua. Namun pembangunan kampus tidak sampai disini saja,

maka Universitas Islam Riau terus mengembangkan pembangunan dibidang fisik di lokasi kedua jalan Kaharuddin Nasution KM 11 Perhentian Marpoyan.

Pembangunan gedung Universitas Islam Riau pertama hanya memiliki satu area kampus yang terletak di Pusat Kota Pekanbaru, jalan Prof. Mohd. Yamin, SH, dengan bangunan tingkat II, namun pengembangan kampus tidak sampai disini saja, Universitas Islam Riau terus mengembangkan pembangunan dibidang fisik. Berkat kejelian dan kegigihan pemimpin yayasan lembaga pendidikan Islam Riau maka diusahakan pembelian lahan di Km. 11 Perhentian Marpoyan seluas 65 Ha, dan tepatnya pada tahun 1983 dilaksanakan pembangunan pertama untuk gedung Fakultas Pertanian, sehingga pada tahun 1983 Fakultas Pertanian resmi menempati gedung baru di Perhentian Marpoyan. Dengan adanya lahan tersebut Universitas Islam Riau tetap berusaha mengembangkan pembangunan gedung, sehingga pada tahun akademis 1990/1991 semua Fakultas di lingkungan Universitas Islam Riau resmi menempati kampus baru yang terletak di Perhentian Marpoyan Km. 11 yang memperoleh hak guna bangunan atas nama Yayasan Pendidikan Islam. Lahan yang terletak di Perhentian Marpoyan Km. 11 telah di bangun beberapa bangunan yaitu :

1. Gedung Fakultas Hukum Tiga Lantai
2. Gedung Fakultas Agama Islam Dua Lantai
3. Gedung Fakultas Pertanian Dua Lantai
4. Gedung Fakultas Ekonomi Dua Lantai
5. Gedung Fakultas FKIP Dua Lantai

6. Gedung Fakultas Fisipol Tiga Lantai
7. Gedung Fakultas Psikologi Empat Lantai
8. Gedung Fakultas Ilmu Komunikasi Tiga Lantai
9. Gedung Pasca Sarjana
10. Bangunan Masjid Kampus
11. Bangunan Gedung Perpustakaan Kampus Empat Lantai
12. Bangunan Gedung Kafetaria
13. Bangunan Mushalla
14. Bangunan Garasi Kendaraan Universitas Islam Riau
15. Bangunan Komplek Perumahan Karyawan dan Dosen Universitas Islam
Riau
16. Bangunan Gedung Pusat Kegiatan Mahasiswa (PKM)
17. Bangunan Gedung Laboratorium
18. Bangunan Gedung Olahraga Tennis
19. Lapangan Bola Kaki
20. Gedung Rusunawa

Gambar 4.1

Logo Universitas Islam Riau



Sumber : Uir.ac.id

Arti lambang Universitas Islam Riau, yaitu :

1. Bulan sabit dengan bintang di atas menara pada latar belakang hijau melambangkan ke Islaman. Bulan sabit lambang penyuluhan dan penuntutan umat keluar dari kegelapan.
2. Sekuntum kapas dengan 4 biji, setangkap padi dengan 9 butir dan pilinan rantai 62 melambangkan kemakmuran dan persatuan yang kokoh serta berarti permulaan lahirnya Universitas Islam Riau tanggal 4 september 1962.
3. Keris, lambang kejayaan Riau dengan pahlawan Hang Tuah, penegak kebenaran.
4. Kitab Suci Al-Qur'an Nur Karim, pedoman setiap mukmin atau muslim atau mukmin kearah ini termasuk kader-kader Islam terdidik.
5. Lima sudut lambang tersebut melambangkan Rukun Islam yang lima, tetapi dirangkum lambang lima sila dalam pancasila yang merupakan falsafah Negara Republik Indonesia.

Warna Lambang:

1. Dasar hijau.
2. Padi warna kuning.
3. Kapas warna putih.
4. Keris warna abu-abu.

(Sumber : Facebook @uirungul2020)

2. Visi dan Misi

a. Visi

Visi UIR adalah menjadi Universitas Islam yang Unggul dan Terkemuka di Asia Tenggara pada Tahun 2020.

b. Misi

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan Pengajaran yang Berkualitas.
2. Menyelenggarakan Penelitian yang Kreatif dan Inovatif untuk memperkaya Khasah Ilmu Pengetahuan dan Menciptakan Inovasi Baru.
3. Menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai Tanggung Jawab Sosial Kemasyarakatan.
4. Menyelenggarakan Dakwah Islamiyah dan Pengintegrasian Keislaman dan Ilmu Pengetahuan.

5. Menyelenggarakan Manajemen Universitas yang Bersih dan Transparan.
6. Membangun Kemitraan yang Saling Menguntungkan dengan Perguruan Tinggi, Industri, Masyarakat, dan Pemerintah, Baik Lokal, Nasional, maupun Internasional.

3. Tujuan Universitas Islam Riau

- a. Menghasilkan lulusan yang berdaya saing, berkarakter, bermoral, beretika, dan berakhlak serta berintegritas tinggi sesuai dengan tuntunan masyarakat lokal, nasional, dan Internasional.
- b. Menghasilkan inovasi sebagai landasan dalam penyelenggaraan pendidikan serta pengembangan, dan penyebarluasan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS), untuk mendukung pembangunan daerah, Nasional dan Internasional.
- c. Menghasilkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu mendorong potensi SDM dan SDA dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, terutama dalam mengembangkan pola ilmiah pokok, yakni pembangunan wilayah pedesaan.
- d. Menghasilkan masyarakat madani berlandaskan nilai-nilai ke Islamian.
- e. Terwujudnya pengolahan UIR yang berencana, produksi, efektif, efisien, dan akuntabel.

- f. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan Dakwah Islamiyah serta memperkuat daya saing UIR di Asia Tenggara.

4. Struktur Organisasi Universitas Islam Riau

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Universitas Islam Riau

JABATAN	NAMA
Rektor	Prof. Dr. Syafrinaldi SH., MCL
Wakil Rektor I	Dr. H. Syafhendry, M.Si
Wakil Rektor II	Ir. Asrol, M.Ec
Wakil Rektor III	Ir. Rosyadi, M.Si
Dekan Fakultas Hukum	Dr. Admiral SH., M.H
Dekan Fakultas Agama Islam	Dr. Zulkifli Rusby ME.Sy
Dekan Fakultas Teknik	Ir. H. Abdul Kudus Zaini, MT M.Str
Dekan Fakultas Pertanian	Dr. Ir. Ujang Paman, M. Agr
Dekan Fakultas Ekonomi	Drs. Abrar, M.Si., Ak
Dekan FKIP	Drs. Alzaber, M.Si
Dekan FISIPOL	Dr. H. Morris Adidi Yogia, S.Sos., M.Si
Dekan Fakultas Psikologi	Yanwar Arif M.Psi, Psikolog
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Dr. Abdul Aziz, M.Si
Direktur Pascasarjana	Dr. Saipul Bahri, M.Si
Ketua LPPM	Dr. Evizal Abdul Kadir, ST, M.Eng
Ketua LPM	Dr. Agusnimar, MSc
Ketua LDI Kampus	Dr. Zulhelmy, SE., Msi, AK
Ketua Badan Pengembangan dan Pemeliharaan Aset (BPPA)	Dr. Thamrin S, SH., M.hum
Ketua Satuan Pengawasan Internal (SPI)	Hariswanto, SE., M.Si., Ak
Ketua Badan Hukum dan Etik (BHE)	Dr. Ardiansyah, SH., MH
Kepala Biro AUP	Zakir Has, S.H., M.Pd
Kepala Biro Keuangan	Azwirman, SE., M.Acc., CA., CPP
Kepala Biro BAAK	Akmar Efendi, S.Kom., M.Kom
Kepala Biro Simfokom	Hendra Gunawan. ST., M.Eng
Kepala Kantor Urusan Int. & Kerjasama	Dr. Husnul Kausarian, B.Sc (Hons) M.Sc
Kabag Humas dan Protokol	Dr. H. Syafriadi, S.H., M.H

Sumber : Brosur Profil YLPI UIR By Humas & Protokoler

5. Profil Informan

Berdasarkan pelaksanaan penelitian yang telah peneliti lakukan pada Universitas Islam Riau, disini peneliti akan mencoba menggambarkan atau menguraikan hasil penelitian dan pembahasan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti juga dibantu oleh humas Universitas Islam Riau untuk mendapatkan informasi dan telah peneliti jadikan informan.

Adapun informan yang telah peneliti wawancarai sebagai berikut :

- Nama : Dr. H. Syafriadi, S.H., M.H
Jabatan : Kabag Humas dan Protokol
- Nama : Riana Putri, S. I. Kom
Jabatan : Staf Protokoler, Media Sosial dan Infentaris

B. Hasil Penelitian

Dalam bagian Hasil Penelitian menjelaskan tentang aktivitas humas bukan hanya untuk menciptakan opini publik yang baik dan citra positif, namun bagaimana mempertahankan hal tersebut. Humas UIR juga melakukan banyak tindakan dan hal-hal lain yang dapat mempertahankan citra positifnya. Kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Humas UIR dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara langsung ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.

1. **Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa**

Dalam kehidupan, aktivitas sangat mempengaruhi manusia dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. Aktivitas itu sendiri tidak luput dari komunikasi, karena manusia melakukan aktivitas tentunya menggunakan komunikasi baik secara individu ataupun kelompok, hal inilah yang membuat komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia. Selain itu, aktivitas komunikasi juga sangat diperlukan untuk berinteraksi secara langsung atau dengan menggunakan media massa.

Untuk itu, komunikasi dan aktivitas sangat diperlukan. Terlebih untuk seorang humas, aktivitas komunikasi menjadi salah satu acuan pertama yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik melalui media massa, media cetak atau secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa. Berikut penjelasan humas UIR terhadap aktivitas humas dalam berhubungan baik dengan media massa:

“Kami sudah menggunakan media yang ada seperti radio, televisi, media massa *online*, kalau kami menjadi hubungan baik dengan media seperti radio seperti radio aditya fm, radio RRI, televisi TVR dan RTV, kalo media *online* seperti barazam.com, Hello Riau.com, GoRiau.com, Riaupunya.com, dan masih banyak lagi, kita ada 20 media *online* yang berhubungan, dan salah satu media *online* kita uir.ac.id” (2 September 2019).

Dari pernyataan humas tersebut terlihat bahwa Humas UIR sudah menjalankan tugasnya yang cukup penting karena telah menggunakan media-media yang ada sebagai media publikasi. Kegunaan dari publikasi yaitu untuk memperkenalkan lebih jauh bagaimana kepada masyarakat yang jangkauannya jauh.

Dari kegiatan humas tersebut bahwa humas UIR ingin tetap menjaga nama baik instansi di dunia pendidikan. Karena sebuah humas sangat mempengaruhi berjalannya sebuah instansi dengan baik di dalam media ataupun di mata masyarakat.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada Humas UIR terkait dengan Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa, yang telah peneliti ambil dari teori Rasyid (2009 : 126) ialah sebagai berikut :

a. Communicator

Aktivitas humas sebagai komunikator merupakan aktivitas humas yang paling sering dilakukan di suatu lembaga pendidikan (Universitas), dikarenakan proses komunikasi adalah proses yang tidak dapat dihindari oleh humas, karena hampir setiap kegiatan humas menggunakan proses komunikasi dimana humas dituntut sebagai komunikator yang menyampaikan informasi kepada komunikan.

Disini komunikator merupakan suatu kelompok atau seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan ataupun pemikirannya kepada orang lain. Sedangkan komunikan adalah pihak yang menjadi target atau sasaran dari suatu pesan yang dikirimkan oleh komunikator.

Dengan demikian berdasarkan aktivitas humas di UIR dapat dikatakan sebagai komunikator hal ini dilihat dari beberapa penjelasan berikut :

“Kita berhubungan baik dengan media massa yang sudah kami gunakan untuk mempublikasikan semua yang ada di UIR khususnya dalam mempromosikan UIR. Dalam berhubungan dengan media massa ini kami saling menguntungkan, seperti mereka mendapatkan berita dan kami mendapatkan citra yang baik. Dalam menggunakan media massa kami yang membayar mereka. Jika media massa melakukan kesalahan atau menambah-nambah diluar press rilis yang kami berikan, kami langsung memutuskan kerjasama” (10 September 2019).

Dari hasil wawancara dengan Dr. H. Syafridi SH.,MH terlihat bahwa aktivitas sebagai komunikator dilakukan saat melakukan kegiatan kehumasan agar informasi yang disampaikan dan yang diterima kepada masyarakat. Dengan berhubungan baik dengan media massa ini menjadi lebih efektif dan efisien.

Hal ini dapat dilihat dari beberapa dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan oleh Humas Universitas Islam Riau sebagai berikut :

Gambar 4.2 Unggahan Instagram Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Hasil Tangkap Layar Facebook UIR)

b. Relationship

Dalam upaya menjalankan aktivitas humas, disini humas dituntut untuk memiliki *relatiuonship* agar mempermudah kegiatan humas. *Relationship* atau hubungan yang baik dapat diperoleh dari keterbukaan informasi dari beberapa pihak yang terkait dengan kegiatan dan aktivitas humas. Tugas humas sebagai komunikator yaitu menyampaikan informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan dari publik sehingga terbangun *Relationship* yang baik, yaitu dengan saling pengertian dan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.

Humas UIR menyatakan pentingnya *Relationship* bagi Media Massa untuk mendapatkan kepercayaan dari publik, hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan Humas Uir yaitu sebagai berikut :

“Kita berupaya membangun kepercayaan kepada media massa agar lebih solid dalam bekerjasama, kemudian membangun kepercayaan bersama. Ini kami lakukan untuk memudahkan bagi kami dalam mempublikasikan informasi yang kami berikan kepada media massa untuk masyarakat. Dengan menjaga hubungan baik ini kami berharap media massa tidak melanggar dari kerjasama yang kami buat. Agar masyarakat mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang kami berikan. Hubungan yang baik sangat dibutuhkan agar kegiatan humas yang ada di UIR ini dapat membangun citra yang positif di mata masyarakat”(10 September 2019).

Dari penjelasan Dr. H. Syafriadi. SH., MH tersebut, dapat dilihat bahwa pentingnya *Relationship* bagi UIR, yaitu karena hubungan yang baik dengan media massa akan mempermudah mereka dalam menjalankan kegiatan dan aktivitas humas dalam mempublikasikan informasi. Dengan kerjasama yang baik dengan media massa, UIR secara tidak langsung dapat mengantisipasi apabila ada isu yang dapat merusak nama baik UIR, karena dengan adanya hubungan yang baik dengan media

massa UIR dapat menjadikan media massa sebagai media promosi juga. Hal ini juga dapat dilihat berdasarkan dokumentasi kegiatan humas Universitas Islam Riau.

Gambar 4.3
Unggahan Instagram Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Hasil Tangkap Layar FacebookUIR)

c. Back Up Management

Mambina hubungan baik dengan media massa merupakan hal yang tidak mudah, humas tentu nya tidak bekerja sendirian dan perlu bekerjasama dengan karyawan dan pihak lain, untuk mewujudkan hal tersebut humas perlu bekerjasama dengan pihak lain didalam Universitas dan ikut membantu kegiatan yang berkaitan dengan humas dan mungkin kegiatan yang merupakan tanggung jawab humas agar tujuan bersama dapat terwujud.

Dalam menjalankan kegiatan dan aktivitas humas, humas di UIR perlu melakukan *Backup manajemen*, bekerjasama dengan karyawan lain guna memperlancar kegiatan dan aktivitas humas agar tercapainya tujuan bersama. Seperti yang disampaikan Dr. H. Syafriadi, SH., MH pada saat wawancara sebagai berikut :

“Dibagian humas, bekerjasama dan saling membantu dalam pekerjaan didalam tim humas. Tetapi, jika dari luar membutuhkan kehadiran rektor itu melalui BAU lalu disampaikan kepada humas nanti kami yang akan mengatur jadwalnya. Kami juga menyelesaikan permasalahan yang ada di UIR dengan cara merundingkannya. Jadi, intinya kami ini bertugas sebagai jembatan antara eksternal dengan internal”(10 September 2019).

Dari hasil wawancara diatas, humas bekerjasama dengan bidang lain agar terwujudnya tujuan bersama, seperti yang telah dijelaskan oleh Dr. H. Syafriadi, SH.,MH bahwa humas berada di posisi BAU. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi bentrok jadwal, atau salah penyampaian antara internal dan eksternal.

Gambar 4.4
Unggahan Instagram Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Hasil Tangkap Layar Instagram UIR)

d. Good Image Maker

Setelah kegiatan *Communicator*, membangun *Relationship* dan *backup management* dilakukan, barulah humas UIR dapat melaksanakan kegiatan *good image maker*. Karena semua hal tersebut berkaitan erat dan tentunya harus berhasil agar memudahkan proses kegiatan *good image maker*. Dalam aktivitas humas ini tentu saja memerlukan waktu yang tidak sebentar agar terciptanya citra yang baik.

Kemudian Humas UIR menyampaikan bahwa *good Image maker* nya sebagai berikut :

“Dalam hal ini kami membekali kegiatan seminar seperti kemarin kami melakukan seminar narkoba kepada mahasiswa kami juga membekali kegiatan keagamaan, seperti ceramah agama, membaca alquran sebelum belajar, dan kegiatan-kegiatan lain seperti kegiatan olahraga. Itu kami bekal kepada mahasiswa harapannya agar mampu membekali diri mereka sendiri dan citra UIR pun bagus karena mahasiswa nya berprestasi”(10 September 2019).

Untuk mengantisipasi kegiatan yang tidak diinginkan , tentu saja humas akan melakukan pembekalan kepada mahasiswa/i nya agar tidak terjerumus kedalam hal yang negatif, oleh karena itu humas melakukan kegiatan yang bertujuan untuk mengingatkan mahasiswa/i terhadap hal-hal yang merugikan diri mereka sendiri. Dengan demikian visi dan misi Humas UIR berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan di dalam sebuah media maupun di mata masyarakat.

Gambar 4.5

Unggahan Instagram Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Hasil Tangkap Layar Instagram UIR)

2. Peran Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa

Dalam kehidupan, aktivitas humas sangat erat kaitannya dengan pembentukan citra yang baik, citra yang baik disini dapat diberikan kepada media massa ataupun publik. Aktivitas dan peran humas juga sangat mempengaruhi berjalannya sebuah organisasi, karena tanpa humas komunikasi yang terjadi dimedia massa maupun publik tidak akan berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan.

Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian pada Humas UIR tentang Apa saja peran Humas UIR dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa yang digunakan, berikut hasil wawancara peneliti dengan informan yaitu Dr. H. Syafriadi, S.H., M.H selaku Kabag Humas dan Protokoler dan mendapatkan hasil sebagai berikut :

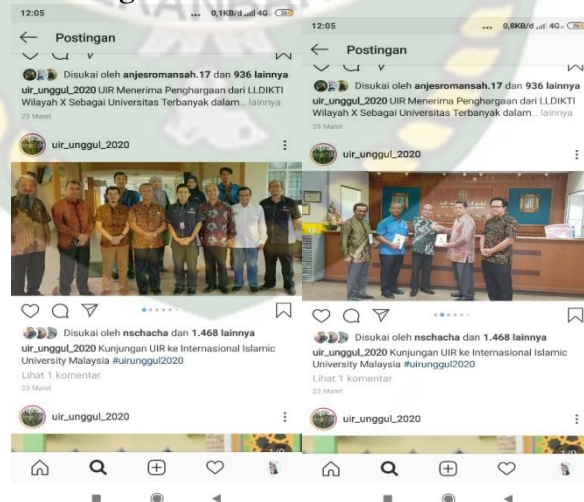
“Peran kami sebagai humas di UIR ini salah satunya menyebarluaskan informasi kepada masyarakat umum, mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada di UIR, terus kami juga melakukan promosi dan dokumentasi, nanti hasil dari dokumentasi itu kami publikasikan ke media-media yang kami gunakan” (2 September 2019).

Adapun hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Riana Putri, S. I. Kom selaku Staf Protokoler, Media Sosial dan Infentaris

“Selaku staf, saya hanya menjalankan tugas dari bagian humas yaitu menjalin baik dengan media massa yang utama dilakukan. Karena media massa itu sangat penting bagi UIR untuk mempublikasikan segala aktivitas yang dilakukan UIR tentunya”. (21 Desember 2019).

Berdasarkan hasil dari wawancara, disini peneliti memberikan foto dokumentasi baik yang telah dilakukan humas UIR, Rektorat maupun Dekan pada saat melakukan kegiatan. Adapun foto dokumentasinya sebagai berikut :

Gambar 4.6
Kegiatan Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Penelitian Hasil Tangkap Layar Website UIR)

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Peran Humas UIR adalah sebagai perantara antara publik dengan perusahaan seperti Humas yang ada di UIR, ada beberapa peran yang wajib dilakukan oleh seorang Humas, dan Humas UIR telah menjalankan peran tersebut dengan menjadi perantara antara publik dengan instansi.

Dari peran humas UIR tersebut sebagian besar sudah mencapai target seperti publikasi, promosi, dan dokumentasi. Dalam perannya sebagai publikasi dengan cara menggunakan media-media yang sudah tersedia.

Adapun media massa yang dilakukan Rektorat dan Humas UIR dalam rangka UIR unggul tahun 2020 adalah : barazam.com, haloriau.com, goriau.com, nadariau.com, riaumandiri.co.id, cakaplah.com, seriau.com, harian times.com, toriau.com, riau24.com, bingkairiau.com, riauantara.com, detak.com, auranus.id, galling.com, riau punya.com, madani.com, potretnews.com dan uir.ac.id.

Salah satu peran humas yang sudah dilakukan oleh Humas UIR ialah dengan menyebarkan informasi kepada masyarakat umum melalui Media Massa, melakukan sebuah kegiatan dengan berusaha semaksimal mungkin Humas UIR menyajikan data apa saja yang ingin disampaikan mengenai akademik, publikasi dan perkembangan-perkembangan UIR lainnya. Yang mana informasi yang disampaikan oleh Humas UIR juga menjadi salah satu pelayanan informasi dari pihak eksternal atau pihak internal.

Disinilah peran humas UIR dalam menjalankan hubungan baik terhadap media-media khususnya media massa. Karena tidak semua masyarakat dapat

mengetahui informasi-informasi yang dibutuhkan, dengan adanya bantuan media, masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Universitas Islam Riau

Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa

Dalam menjalankan tugasnya sebagai humas, tentunya ada faktor baik itu yang menghambat ataupun yang mendukung. Hal ini dapat dilihat berdasarkan dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada humas dan staf Universitas Islam Riau mengenai faktor pendukung dalam membina hubungan baik dengan media massa :

“Faktor penghambat disini tidak ada, akan tetapi kalau faktor pendukung itu jelas ada, itu biasanya kami sebagai seorang humas melakukan kerjasama dengan media, salah satunya itu ada bezaram.com dan hallo.com dan masih banyak lagi”

“Untuk faktor pendukungnya itu biasanya kami berhubungan kalau misalnya ada event kegiatan yang ada di UIR kami mengundang media untuk meliput. Atau biasanya kami juga memasang iklan di media mereka, karena itu juga merupakan bentuk penghubung juga antara UIR itu sendiri dengan media online ataupun cetak sedangkan untuk faktor penghambat itu sendiri kami tidak ada”. (Riana Putri, S. I. Kom : Staf Protokoler, Media Sosial dan Infentaris, 19 Desember 2019).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan baik itu dengan humas ataupun staf Universitas Islam Riau, peneliti melampirkan hasil dokumentasi sesuai dengan rincian wawancara yang telah telah dijelaskan oleh humas ataupun stafnya mengenai faktor pendukung humas Universitas Islam Riau dalam membangun hubungan media sebagai berikut :

Gambar 4.7
Kegiatan Universitas Islam Riau



(Sumber: Dokumentasi Penelitian Hasil Tangkap Layar *Website* UIR)

Berdasarkan dokumentasi diatas dapat dilihat bahwa hubungan humas UIR dengan media massa sangat diperlukan, hal ini untuk menunjang faktor pendukung dan meminimalisirkan faktor penghambat yang ada.

C. Pembahasan Penelitian

Pada pembahasan ini peneliti banyak menemukan temuan-temuan yang didapat dari analisa yang telah peneliti deskripsikan pada bab sebelumnya dengan

membahas tentang Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Riau, yang mana untuk mengetahui dan mengamati bagaimana Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa.

Aktivitas humas itu sendiri sangat penting dalam sebuah perusahaan, yang mana tanpa aktivitas humas, sebuah perusahaan tidak akan berjalan dengan baik. Karena humas disini memiliki tujuan, yaitu untuk membangun pemahaman publik terhadap perusahaan sehingga dapat terbangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan publiknya dan terpeliharalah citra yang positif bagi perusahaannya didalam sebuah media maupun di lingkungan masyarakat.

Adapun beberapa hal yang berkaitan dalam melaksanakan berjalannya aktivitas humas UIR antara lain sebagai berikut :

1. *Communicator*

Disini kemampuan Humas UIR sebagai komunikator dapat dilihat dari caranya berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak ataupun elektronik dan lisan atau tatap muka kepada publik.

Dalam hal ini peran Humas UIR sangat dibutuhkan untuk berhubungan baik dengan media massa ataupun publik, karena apabila humas UIR tidak melakukan hubungan baik dengan media massa maka komunikasi

yang telah dilakukan oleh Humas tidak akan berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Sehingga dapat menghambat berjalannya aktivitas Humas dalam menjalankan tugasnya.

2. *Relationship*

Sebagai Humas UIR kemampuannya dapat dilihat dari bagaimana peran humas dalam membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternal. Peran humas disini sangat dibutuhkan untuk menjalankan visi dan misi dari UIR itu sendiri.

Adanya faktor pendukung yang dilakukan oleh Humas UIR kepada media massa juga merupakan salah satu bentuk kerjasama yang dilakukan UIR untuk membina hubungan baik dengan media massa.

3. *Back Up Management*

Sebagai Humas UIR untuk menjalankan perannya sebagai Humas salah satu hal yang harus dilakukan ialah dapat melaksanakan dengan mendukung manajemen atau menunjang kegiatan lain. Seperti manajemen promosi, operasional, personalia, dan sebagainya hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan.

Tidak hanya itu saja, dilakukannya *Back Up Management* juga merupakan salah satu bentuk untuk menjalankan perannya dalam membina hubungan baik dengan media massa yang juga untuk meminimalisirkan faktor penghambat yang terjadi.

4. *Good Image Maker*

Humas disini diharapkan dapat menjalankan aktivitas dan perannya sebagai Humas UIR yang mana untuk menciptakan citra atau publikasi merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas Humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan citra atau nama baik organisasi yang diwakilinya.

Good Image Maker disini merupakan salah satu faktor pendukung yang diperlukan oleh UIR untuk mempermudah Humas UIR dalam menjalankan tugasnya, Karena citra positif suatu perusahaan itu tergantung bagaimana Humas menjalankan tugasnya dengan baik kepada media massa.

Dalam pembahasan diatas untuk menjalankan aktivitas humas, komunikasi merupakan salah satu hal yang tidak bisa dihindari dalam humas. Pada dasarnya proses komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya.

Dari penjelasan tersebut, aktivitaas humas UIR adalah sebagai komunikator yang mana tugasnya adalah yang menyampaikan informasi kepada pihak internal atau eksternal. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa aktivitas humas di UIR adalah sebagai komunikator dalam kegiatan promosi seperti berhubungan baik dengan media massa yang sudah digunakan untuk mempublikasikan semua yang ada di UIR khususnya dalam mempromosikan UIR. Dalam berhubungan dengan media

massa ini mereka saling menguntungkan, seperti mereka mendapatkan berita dan mereka mendapatkan citra yang baik. Dalam menggunakan media massa humas yang membayar mereka. Jika media massa melakukan kesalahan atau menambah-nambah diluar press rilis yang diberikan, dan kemudian humas langsung memutuskan kerjasama.

Kemudian *Relationship* atau hubungan dalam menjalankan aktivitas humas sangat penting dilakukan untuk mempermudah humas dalam menjalankan kegiatan dan program kerja humas, hubungan yang baik tentu saja dapat mempengaruhi cara kerja humas. Saat humas UIR memiliki hubungan yang baik dan sudah berkesinambungan maka akan mudah bagi Humas UIR untuk bekerjasama dengan perusahaan lain untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

Aktivitas humas sebagai *Relationship* adalah berupaya membangun kepercayaan kepada media massa agar lebih solid dalam bekerjasama, kemudian membangun kepercayaan bersama. Ini dilakukan untuk memudahkan bagi humas dalam mempublikasikan informasi yang diberikan kepada media massa untuk masyarakat. Dengan menjaga hubungan baik ini humas berharap media massa tidak melanggar dari kerjasama yang kami buat. Agar masyarakat mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang kami berikan. Hubungan yang baik sangat dibutuhkan agar kegiatan humas yang ada di UIR ini dapat membangun citra yang positif di mata masyarakat.

Hal ini juga data dilihat dari Aktivitas Humas sebagai *Back Up Management* diperlukan oleh humas agar saling bekerjasama antara pegawai UIR dengan Humas.

Hal ini dilakukan agar saling memudahkan pekerjaan yang dilakukan demi mencapai tujuan bersama.

Aktivitas humas dalam *Back Up Management* dapat dilihat humas bekerjasama dan saling membantu dalam pekerjaan didalam tim humas. Tetapi, jika dari luar membutuhkan kehadiran rektor itu melalui BAU lalu disampaikan kepada humas nantinya yang akan mengatur jadwalnya. humas juga menyelesaikan permasalahan yang ada di UIR dengan cara merundingkannya. Jadi, intinya humas disini bertugas sebagai jembatan antara eksternal dengan internal.

Yang mana sebagai salah satu Universitas Swasta yang berstandar internasional, UIR melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat membentuk *image* yang positif bagi pihak internal maupun eksternal, seperti membekali kegiatan seminar seperti kemarin, humas melakukan seminar narkoba kepada mahasiswa mereka juga membekali kegiatan keagamaan, seperti ceramah agama, membaca al-quran sebelum belajar, dan kegiatan-kegiatan lain seperti kegiatan olahraga. Kemudian humas juga membekali kepada mahasiswa harapannya agar mampu membekali diri mereka sendiri dan citra UIR pun bagus karena mahasiswa nya berprestasi.

Dalam pembahasan diatas mengenai Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa, dapat diartikan bahwa aktivitas dan peran humas pada UIR sangat mempengaruhi dalam kemajuan Universitas itu sendiri, adanya komunikasi yang baik yang dilakukan oleh humas UIR juga mempengaruhi pandangan seseorang terhadap UIR. Sehingga apapun yang

diharapkan dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan serta visi dan misi yang diinginkan. Hal ini dapat dilihat dari faktor pendukung yang dilakukan oleh Humas UIR dengan media massa dalam menjalankan tugasnya sebagai humas. Dengan demikian aktivitas Humas UIR terkait dengan Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa akan berjalan dengan baik sesuai dengan visi dan misinya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

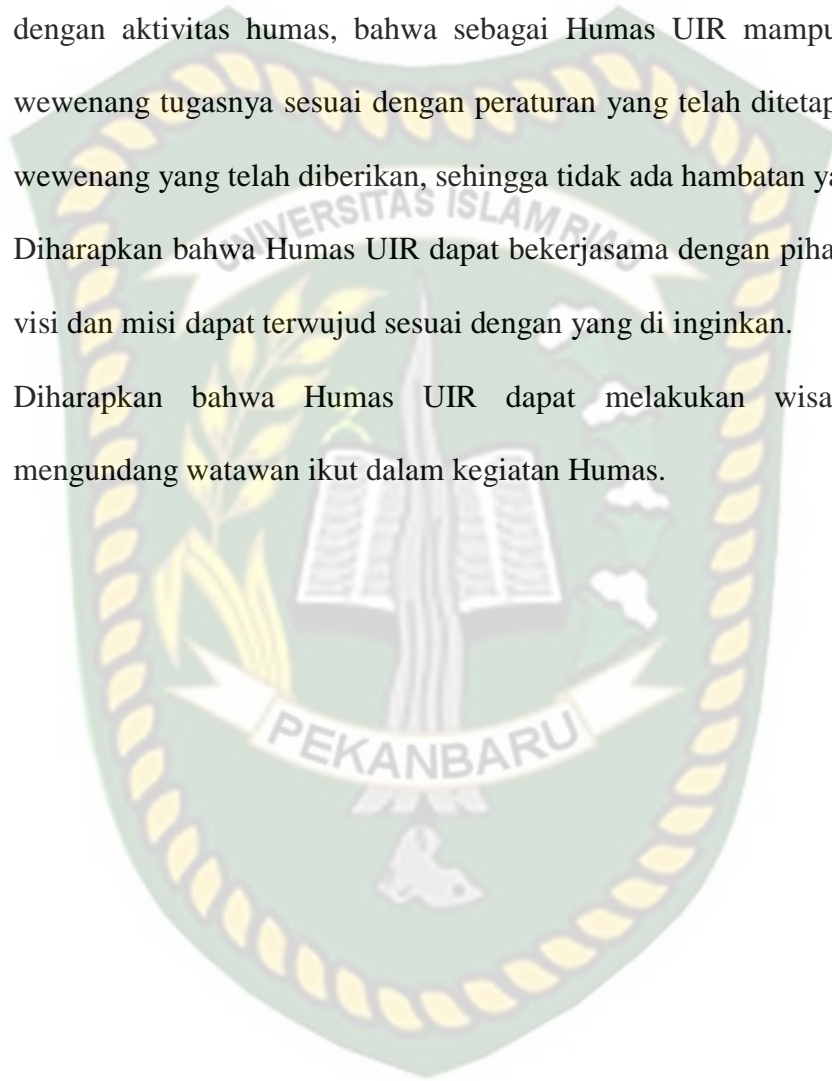
Berdasarkan dari hasil analisa data yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan bahawa :

- a. Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa, meliputi dengan adanya aktivitas humas seperti *Communicator, Relationship, Back Up Management, Good Image Maker*. Hal ini karena untuk menjalankan tugasnya seorang humas tidak terlepas dari empat hal tersebut untuk menjalankan perannya sebagai Humas UIR.
- b. Dalam hal ini, adanya *Communicator, Relationship, Back Up Management, Good Image Maker* juga sangat mempengaruhi kinerja dari aktivitas humas tersebut, yang mana untuk mendapatkan citra yang baik tentunya Humas UIR juga harus melakukan dan melaksanakan hal tersebut agar terciptanya hubungan yang baik dengan media massa ataupun dengan masyarakat.

Sehingga tidak ada suatu permasalahan dalam Aktivitas Humas Universitas Islam Riau Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa. Hal ini karena adanya faktor pendukung yang telah dilakukan oleh Humas UIR dengan Media Massa.

B. Saran

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan terkait dengan aktivitas humas, bahwa sebagai Humas UIR mampu menjalankan wewenang tugasnya sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan mengenai wewenang yang telah diberikan, sehingga tidak ada hambatan yang terjadi.
2. Diharapkan bahwa Humas UIR dapat bekerjasama dengan pihak lainnya agar visi dan misi dapat terwujud sesuai dengan yang di inginkan.
3. Diharapkan bahwa Humas UIR dapat melakukan wisata pers agar mengundang watawan ikut dalam kegiatan Humas.



Daftar Pustaka

BUKU :

- Alwasih, Chaedar A. 2002. *Pokok Kualitatif, Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. PT. Dunia Pustaka Jaya: Bandung.
- Ardianto, Elvinaro. 2016. *Handbok Of Public Relations*. Rosdakarya: Bandung.
- Canggara, Harfied .2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu :Yogyakarta.
- Effendy, Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi. Remaja Rosdakarya*: Bandung.
- _____. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Kitty O, Locker. 2004. *Bussiness and Administrative Communication*. Buston: McGraw-Hill Irwin.
- Kriyantono, R . 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group University Press: Jakarta.
- _____. 2015. *Issue, Crisis Manajemen*. Kencana: Jakarta.
- Morrisan. 2008. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Kencana: Jakarta.

- Mulyono, M. Anton. 2001. *Aktivitas*. Belajar Utama: Bandung.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. UMM Perss: Malang.
- Nurudin. 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Ruliana, Poppy. 2016. *Komunikasi Organisasi (Teori dan Studi Kasus)*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Rajawali Pers: Jakarta.
- _____. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media KOMunikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Soemirat, S dan Ardianto, E. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta: Bandung.
- Suranto, Aw. 2018. *Komunikasi Organisasi (Prinsip Komunikasi Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi)*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

JURNAL :

R. Sumantri Raharjo. Dosen Akindo Yogyakarta. *Media Relations di Media Massa (Analisis Deskriptif Terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Yogyakarta TV)*. Vol. 08/No.02/ Oktober 2015.

SKRIPSI :

Hidayah, Lutfiatun. 2010. *Aktivitas Media relation Pt. Pertamina (Persero) Pemasaran BBM retail region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY Dalam Menghadapi Krisis Konversi Minyak Tanah Ke LPG*. Skripsi: Jawa Tengah.

Taufik , Adityo Tito. 2013. *Aktivitas Public Relation Dalam Mempromosikan KidsZona Indonesia Sebagai Wahana Permainan dan Edukasi Untuk Anak-anak di Makassar*. Skripsi: Makassar.