

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Humas atau istilah lain dikenal dengan *Public Relations* (PR) merupakan cabang utama dalam kajian ilmu komunikasi. Secara sederhana PR dipahami sebagai manajemen hubungan antara organisasi dengan publiknya. Pada dasarnya PR merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, perusahaan atau lembaga pemerintahan dan swasta. Tugas utama dari PR adalah membangun citra positif kepada masyarakat, ketika perusahaan, organisasi atau lembaga mengalami krisis kepercayaan. Humas merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitannya dengan suatu organisasi.<sup>1</sup> Jadi, dapat dikatakan bahwa PR merupakan solusi terbaik bagi organisasi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pemahaman, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif

---

<sup>1</sup>Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,1999), Cet. Ke-XII, h, 131

bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.<sup>2</sup>

Humas merupakan pendukung dalam organisasi atau perusahaan dan ikut menentukan kemajuan organisasi secara efektif, karena kinerjanya yang efisien. Tujuan dari praktisi PR dalam menjalankan perannya adalah untuk menciptakan hubungan harmonis, saling pengertian, saling percaya dan image yang baik. Humas menurut *Frank Jefkins*, mengemukakan bahwa humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>3</sup>

Praktisi humas berperan melakukan komunikasi timbal balik yang bertujuan menciptakan rasa saling menghargai, saling mempercayai, menciptakan *Gool Will*, mendapatkan dukungan publik. Tentu semua itu demi tercapainya citra posisi lembaga.<sup>4</sup> Menurut *Cultip* dan *Center* serta *Canfield* fungsi Humas terbagi.

Menjadi empat diantaranya. Empat peran utama hubungan masyarakat (Humas)<sup>5</sup>. Adalah sebagai berikut:

---

<sup>2</sup>Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), h 16

<sup>3</sup>Jefkin Frank, *Publik Relation*, (Erlanga, Jakarta: 2003) Cet ke-5, h 10

<sup>4</sup>Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), h. 35

<sup>5</sup>Onong Uchjana Effendi, *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi*.( Bandung.PT Remaja Rosdakarya Offset, 2016). Cet. 7 h. 36

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Dengan hal itu, hadirnya humas di setiap lembaga dapat mewujudkan visi dan misi lembaga atau perusahaan agar terealisasi sesuai tujuan perusahaan tersebut, secara substansi peran humas, diantaranya humas harus melakukan membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Serta humas juga melakukan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan, dan membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.<sup>6</sup>

Pada kesempatan kali ini penulis melakukan penelitian tentang Humas Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Imam Bonjol Padang di tahun 2016. Sejarahnya IAIN Imam Bonjol Padang berawal dari berdirinya Fakultas Tarbiyah Padang Cabang IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan ditetapkan oleh surat Keputusan Menteri Agama Nomor: 92 Tahun 1963 tanggal 21 September 1963. Pada tanggal 29 November 1966, berdasarkan surat keputusan

---

<sup>6</sup>*Ibid.* h.38

Menteri Agama Nomor: 77 Tahun 1966 tanggal 21 November 1966, diresmikan berdirinya IAIN Imam Bonjol Padang oleh Menteri Agama Prof. K.H. Syarifuddin Zuhri. IAIN Imam Bonjol Padang waktu itu memiliki 4 fakultas dan 5 jurusan, yaitu, 1) Fakultas Tarbiyah di Padang jurusan Pendidikan Agama dan Jurusan Tadris, 2) Fakultas Syari'ah di Bukittinggi jurusan Qadha (Hukum Islam), 3) Fakultas Adab di Payahkumbuh jurusan Sastra Arab, 4) Fakultas Ushuluddin di Padang Panjang jurusan Perbandingan Agama.

Pada tahun 1968-1970, IAIN Imam Bonjol Padang berkembang dengan bertambahnya dengan pertambahan satu fakultas lagi dan tiga fakultas cabang, yaitu; 1) Fakultas Dakwah di Solok, 2) Fakultas Tarbiyah cabang Batusangkar, 3) Fakultas Tarbiyah cabang Padang Sidempuan, dan 4) Fakultas Ushuluddin cabang Padang Sidempuan. Pada tahun 1973-1977, dalam rangka rasionalisasi Perguruan Tinggi Agama Islam, diambil kebijakan sentralisasi semua fakultas daerah ke pusatnya di Padang dan melepas Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin cabang Padang Sedempuan. Pada tahun 1978 IAIN Imam Bonjol Padang memiliki 5 fakultas di Padang dan 2 fakultas di Bukittinggi dan Batusangkar dengan jumlah 14 jurusan.

Dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor; 33 Tahun 1985 tentang pokok-pokok Organisasi IAIN Imam Bonjol Padang sudah mempunyai landasan hukum yang kuat sebagai lembaga pendidikan Tinggi Agama Islam Negeri yang setara dengan Perguruan Tinggi Umum Negeri, baik di bidang status, struktur organisasi, ketatalaksanaan akademis, administratif dan lain

sebagainya.<sup>7</sup> Pada tahun 1993, kelembagaan IAIN Imam Bonjol Padang secara struktural dan akademis mengalami perkembangan. Hal ini ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor: 13 Tahun 1991, Keputusan Presiden RI Nomor: 10 Tahun 1991, dan Keputusan Menteri Agama Nomor; 392 Tahun 1993, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Imam Bonjol Padang. Tahun 1994 didirikan pula Program Studi Pascasarjana (S2) dengan surat keputusan Menteri Agama RI Nomor; 287 Tahun 1994 tanggal 1 Agustus 1994.<sup>8</sup>

Sejak tanggal 20 Juli 2017 IAIN Imam Bonjol Padang beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang. Sebagai satu dari 17 UIN lainnya pada PTKIN, UIN Imam Bonjol Padang memiliki 6 Fakultas 26 Program S1 dan 8 Program studi S2 dan S3. Dengan jumlah total mahasiswa 12.951 orang.

Berdasarkan visi UIN Imam Bonjol Padang adalah menjadi Universitas Islam yang Kompositif di Asean tahun 2037. Sedangkan misi UIN Imam Bonjol Padang dalam mencapai Visi UIN di tahun 2037, misi UIN Imam Bonjol Padang adalah;

1. Menghasilkan sarjana yang beriman, berilmu, dan berbudaya
2. Menghasilkan karya penelitian, karya pengabdian kepada masyarakat berbasis riset dan publikasi ilmiah yang bermutu
3. Mewujudkan pengelolaan pendidikan tinggi yang profesional, intergritas, dan akuntabel.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Kementerian Agama IAIN Imam Bonjol Padang, *Buku Pedoman IAIN Imam Bonjol Padang*. (Padang. 2015/2016) h. 1

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 2

<sup>9</sup>UIN Imam Bonjol Padang, *Panduan Rapat Kerja UIN Imam Bonjol Padang*, (Padang, 2018)

Berdasarkan visi dan misi UIN Imam Bonjol Padang, Maka masyarakat Sumatera Barat berharap besar terhadap kampus UIN Imam Bonjol Padang dengan hadirnya kampus UIN Imam Bonjol Padang, dapat mempertahankan ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat Minangkabau. Sesuai dengan prinsip hidup Minangkabau, yang dituangkan di falsafah adat Minangkabau, “*Adat Basandi Syarak, syarak Basandi Kitabbullah*”.

Namun, di tahun 2016 masyarakat dikejutkan dengan beberapa peberitaan miris terkait kampus IAIN Imam Bonjol Padang. Perguruan tinggi ini dijadikan tempat untuk transaksi jual beli barang terlarang seperti narkoba, informasi ini dirilis oleh media portal *Okezone.com* sebagai berikut.

**PADANG-** seorang kurir ganja tertangkap anggota Sat Resnarkoba Polresta Padang saat hendak menjual ganja kampus IAIN Imam Bonjol Padang, Jalan M. Yunus, Kelurahan Anduring, Kec. Kuranji. Pelaku bernama Merzahanif (19) tak menyadari jika pembelinya itu adalah seorang polisi. Tersangka ini bukan mahasiswa di kampus tapi warga setempat dan diduga sering melakukan transaksi narkoba jenis ganja di dalam kampus. Ketika anggota kita ke lokasi tersangka ini langsung memberikan ganja, dengan cepat anggota kita langsung menangkap tersangka.” kata Kasat Narkoba Polresta Padang, Kompol Daeng Rahman, 29 November 2016.<sup>10</sup>

Masalah lainnya yang dihadapi IAIN Imam Bonjol Padang diantaranya adalah kasus penangkapan pejabat IAIN Imam Bonjol Padang diduga pengalihan dana kampus tiga Sungai Bangek, Lubuk Minturun. Seperti yang dirilis berita portal online di bawah ini.

Padang, Metro- Guru Besar IAIN Imam Bonjol Padang Prof. Salmadanis, tidak bisa menahan air matanya, ketika majelis hakim Pengadilan Tipikor Padang, menjatuhkan vonis empat tahun penjara. Puluhan jamaah yang ikut hadir diruang sidang juga tak bisa menutupi kesedihan mereka, karena ustdz mereka akan tidur didalam sel tahanan selama bertahun-tahun.

---

<sup>10</sup>Sumber : M. okezone.com/read/2016/11/30/340/1554657/

Banyaknya pemberitaan miring yang bermunculan ditengah-tengah masyarakat di tahun 2016, di kampus IAIN Imam Bonjol Padang. Secara tidak langsung dapat mempengaruhi citra lembaga perguruan tinggi IAIN Imam Bonjol Padang di mata publik. Kasus dan masalah yang terjadi di IAIN Imam Bonjol Padang membuat citra terhadap lembaga semakin menurun. Hal tersebut tentu akan merubah persepsi tugas, organisasi, wewenang, dan tanggung jawab lembaga perguruan tinggi IAIN Imam Bonjol Padang. Dalam hal ini masyarakat memiliki peran penting dalam membentuk persepsi. Proses pembentukan persepsi terhadap lembaga IAIN Imam Bonjol Padang bukan semata-mata diperoleh dengan membaca berita saja. Melainkan dipengaruhi oleh adanya faktor eksternal dari individu seperti kelompok, pergaulan dan peran media massa. Selain itu, proses pembentukan citra seseorang terhadap suatu objek akan dipengaruhi oleh efek kognitif dari komunikasi yang mereka lakukan.<sup>11</sup>

Hal ini tentunya lembaga perguruan tinggi IAIN Imam Bonjol Padang harus dapat memperbaiki citranya di mata publik. Dalam proses pembentukan citra tentunya tidak terlepas dari peran dan fungsi praktisi humas dalam sebuah lembaga. Citra merupakan tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi bagi sebuah lembaga atau perusahaan. Pengertian citra sendiri masih abstrak, tetapi masih bisa dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupu negatif yang khususnya datang dari publik.

---

<sup>11</sup>Soleh Soemirat, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung :PT. Remaja Rosdakarya,2014) h.114

Dalam lah ini jelas, Humas IAIN Imam Bonjol Padang sangat berperan penting untuk membangun citra kelembagaan di mata publik. Bagi sebuah lembaga, reputasi dan citra merupakan hal yang paling utama sehingga wajar saja jika segala upaya dilakukan oleh sebuah lembaga demi menjaga citra dan reputasi yang baik. Penguasaan ilmu kehumasan menjadi hal yang sangat penting bagi pegawai khususnya bagi lembaga perguruan tinggi IAIN Imam Bonjol Padang untuk menjaga dan membina keharmonisan dengan semua kalangan agar citra kelembagaan IAIN Imam Bonjol Padang tetap terjaga.

IAIN Imam Bonjol Padang merupakan lembaga Perguruan Tinggi Pendidikan Islam yang memiliki tugas dan menjadi contoh bagi perguruan tinggi umum agar tidak melakukan tindakan yang negatif yang merugikan masyarakat dan negara. Tentu saja ini tidak mudah untuk memperbaiki citra IAIN Imam Bonjol Padang dimata publik setelah terungkap bebepa masalah yang dihadapi lembaga tersebut.

Praktisi Humas berperan membentuk opini publik menuju opini yang lebih baik. Terutama dalam mengembangkan persepsi sebuah lembaga. Di sini peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang tahun 2016, memiliki tugas dan tantangan yang cukup berat. Tentu praktisi humas berperan penting dalam membangun citra kelembagan dan kepercayaan publik terhadap lembaga perguruan tinggi IAIN Imam Bonjol Padang.

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Peran Humas dalam Membangun Citra IAIN Imam Bonjol Padang”**



## B. Rumusan dan Batasan Masalah

### 1. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, maka pentingnya penelitian adalah sejauh mana fungsi humas dalam membangun citra IAIN Imam Bonjol Padang di tahun 2016. Penulis membatasi penelitian ini pada subjek dan pesan subjek pada Humas IAIN Imam Bonjol Padang penelitian khusus di tahun 2016.

### 2. Batasan Masalah

Untuk melihat sejauh mana fungsi humas dalam perannya membangun kelembagaan, maka penelitian fokuskan ini pada beberapa aspek;

Adapun batasan masalah yang akan dikaji oleh peneliti.

- a. Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam membina hubungan yang positif.
- b. Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam mendukung fungsi manajemen IAIN IB Padang
- c. Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang untuk membangun Corporate Image IAIN IB Padang.

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Ingin mengetahui peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam membina hubungan yang positif
- b. Ingin mengetahui peran humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam mendukung fungsi manajemen
- c. Ingin mengetahui Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang untuk membangun *corporate image*

### 2. Kegunaan Penelitian.

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya pengetahuan dalam Ilmu Komunikasi terutama di bidang Humas berkaitan dengan kegiatan peran Humas dalam membangun citra IAIN Imam Bonjol

Padang

#### b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai peran humas. Dalam secara kelembagaan dengan demikian dapat di harapkan menjadi rujukan bagi Humas UIN Imam Bonjol Padang dalam menjalankan peran sebagai humas dalam membangun citra lembaga.

#### D. Penjelasan Judul

Dalam penjelasan judul yang akan kami jabarkan penjelasan judul proposal, agar tidak terjadi kesalahan pemahaman atau keraguan mengenai judul tersebut.

Peran humas : Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi<sup>12</sup>

Humas : Menurut *Frank Jefkins* mengemukakan humas (hubungan Masyarakat) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian<sup>13</sup>

Membangun : usaha untuk bangkit dari kegagalan

Citra : Gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi dan produk<sup>14</sup>

IAIN Imam Bonjol Padang : Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi Islam yang berada di Sumatera Barat.

<sup>12</sup>Abdulsyani, *Sosiologi: Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), Cet. Ke-3, h. 94

<sup>13</sup>Jefkin Frank, *Publik Relation*, (Erlanga, Jakarta: 2003,) Cet ke-5, h 10

<sup>14</sup>[Http://www. KKBI.Web.Id](http://www.KKBI.Web.Id)

Dari penjelasan judul di atas yang penulis maksud untuk meneliti peran humas dalam membangun citra kelembagaan IAIN Imam Bonjol Padang. Tindakan yang dilakukan oleh pihak humas IAIN Imam Bonjol Padang sebagai orang atau pihak yang bertugas menyampaikan informasi kepada masyarakat Sumatera Barat dalam membangun citra lembaga yang krisis kepercayaan.

#### **E. Sistematik Penulisan**

Agar penyajian penelitian ini sistematis, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab kesatu merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, penjelasan judul, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematik kepenulisan

Bab kedua merupakan landasan teoritis, yang membahas tentang pengertian humas pengertian, tujuan, dan fungsi dalam membangun citra IAIN Imam Bonjol Padang.

Bab ketiga merupakan tentang metodologi penelitian yang membahas tentang jenis dan bentuk penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat merupakan hasil penelitian yang berisi peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam membina hubungan yang positif. Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang dalam mendukung fungsi manajemen IAIN IB Padang dan Peran Humas IAIN Imam Bonjol Padang untuk membangun Corporate Image IAIN IB Padang.

Bab kelima merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran