

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan data yang telah diperoleh melalui observasi dan wawancara saat penelitian. Bab ini terdiri dari pembahasan analisis deskriptif yang menjelaskan mengenai peran cyber public relations pada Instagram @uinjktoofficial dalam membentuk citra lembaga sebagai *world class university*.

Observasi ini dilakukan dengan meneliti di bagian Informasi Center atau Publikasi dokumentasi (Pubdok) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan melihat aktivitas serta peran public relation melalui media sosial intagram @uinjktoofficial. Peneliti juga melihat komunikasi yang terjalin dalam peran *cyber PR* Instagram melalui sumber-sumber data yang ada di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Kemudian peneliti juga melanjutkan dengan analisis dan wawancara dengan para narasumber.

Setelah itu peneliti melanjutkan dengan analisis dan teknik wawancara dengan para pemangku jabatan di lingkungan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta untuk menjawab permasalahan penelitian.

#### **A. Gambaran Umum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi agama negeri, berdirinya UIN Syarif Hdiayatullah Jakarta tidak bisa melepaskan dari sejarah perkembangan perguruan tinggi Islam di Indonesia dalam menjawab kebutuhan pendidikan Islam secara modern. Pada 1 Juni 1957, sebuah Akademi

Dinas Ilmu Agama (ADIA) lahir sebagai akademi dinas yang berada di bawah Departemen Agama, hal ini berdasarkan ketetapan Menteri Agama Nomor 1 Tahun 1957. Pendirian ADIA ini bertujuan untuk mendidik dan menyiapkan pegawai negeri agar mendapat ijazah pendidikan akademi dan semi akademi agar menjadi ahli pendidik agama di sekolah-sekolah. Pada tahun ketiga berdirinya ADIA, baru menempati kampus di Ciputat sekarang kampus UIN Jakarta berdiri.

Dalam PP Tahun 1960 No II menyebutkan bahwa tujuan dibentuknya IAIN adalah memberikan pengajaran tinggi dan diharapkan menjadi pusat untuk memperdalam dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang agama Islam. Diharapkan pula dengan mempertinggi taraf pendidikan dalam lapangan agama dan ilmu pengetahuan Islam maka IAIN diharapkan menjadi lembaga social dan *academic expertation*.

Tahun 1973-1984, pada masa kepemimpinan Prof Dr Harun Nasution, IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta dikenal sebagai Kampus Pembaharu, karena pada masa itu banyak pembaharuan dalam Pemikiran Islam, serta pengiriman dosen-dosen ke negara-negara Barat .

IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai salah satu IAIN tertua di Indonesia yang bertempat di Ibu kota Jakarta, dimana mempunyai posisi yang strategis. Tidak hanya sebagai Jendela Islam di Indonesia, tetapi juga simbol bagi kemajuan pembangunan nasional khususnya di bidang pembangunan keagamaan oleh karena itu IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta tidak pernah berhenti berkembang untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi Islam yang terkemuka dengan konsep

IAIN dengan mandat yang lebih luas menuju terbentuknya Universitas Islam Negeri.

Selain itu pula IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta juga melakukan upaya kerjasama baik nasional maupun internasional seperti Islamic Development Bank (IDB) sebagai penyandang dana pembangunan kampus yang modern; Mc Gill University, Leiden University, Universitas Al Azhar Cairo, King Saud University.

Langkah perubahan IAIN menjadi UIN mendapatkan rekomendasi dari pemerintah dengan ditandatangani SB Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 4/U/KB/2001 dan Menteri Agama RI No 500/2001 tanggal 22 November 2001. Selanjutnya perubahan bentuk IAIN menjadi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mendapatkan rekomendasi dan pertimbangan Menteri Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara RI dan Dirjen Anggaran Departemen Keuangan RI no 02/MPAN/1/2002 Tanggal 9 Januari 2002.

Berdasarkan rekomendasi tersebut, terbitlah Keputusan Presiden RI No. 031 Tanggal 20 Mei 2002, IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta resmi menjadi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Perubahan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta menjadi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta diharapkan dapat terjadinya integrasi keilmuan di bidang agama, kemanusiaan, keIndonesiaan. ([www.uinjkt.ac.id/id/tentang-uin/](http://www.uinjkt.ac.id/id/tentang-uin/))

Visi misi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah “ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai Perguruan Tinggi yang Otonom dan Unggul dalam Riset Integrasi Keilmuan-Keislaman”.

Sedangkan misi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah (1) menyediakan akses pendidikan tinggi yang berkualitas bagi masyarakat luas secara berkeadilan; (2) menyelenggarakan pendidikan tinggi berbasis riset yang bermutu dan unggul untuk pengembangan keilmuan, transformasi sosial dan peningkatan daya saing bangsa ; (3) menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam kerangka struktur dan kultur organisasi yang otonom, religious, akuntable dan berintegritas.

Sejak tahun 2007, UIN Jakarta menetapkan Knowledge, Piety, Integrity sebagai mottonya, hal ini disampaikan pertama kali oleh Rektor UIN Syarif Hidayatullah Jakarta periode Prof Dr Komarudin Hidayat pada saat Pidato Wisuda sarjana tahun akademik 2006/2007.

Dalam motto tersebut, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ingin mewujudkan kampus madani yang berkeadaban dan menghasilkan alumni yang memiliki kedalaman dan keluasan hati serta memiliki kepribadian yang kokoh. Pada tahun 2018 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menjadi bagian dari akademik dunia ditandai dengan terdaftarnya UIN Jakarta dalam anggota *Quacquarelli Simonds(QS)* rangking (Publikasi tahunan peringkat Universitas). Dalam pedoman akademik tahun 2020/2021 bahwa Motto tahun 2018 adalah *Transforming into a World Class University*.

Dalam melaksanakan tugasnya, di dalam struktur organisasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mempunyai Organ Pengelola dan Organ Pertimbangan dan Pengawasan. Dimana Organ Pengelola meliputi Rektor, Wakil Rektor Bidang

Akademik, Wakil Rektor Bidang Admisnistrasi Umum, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Wakil Rektor Bidang Kerjasama dan Kelembagaan.

Selain itu, organ pengelola meliputi 12 fakultas (Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan; Fakultas Adab dan Humaniora; Fakultas Ushuluddin; Fakultas Syariah dan Hukum; Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi; Fakultas Dirasat Islamiyah; Fakultas Pskiologi; Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Fakultas Sains dan Teknologi; Fakultas Ilmu Kesehatan; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; dan Fakultas Kedokteran) dan Sekolah Pascasarjana.

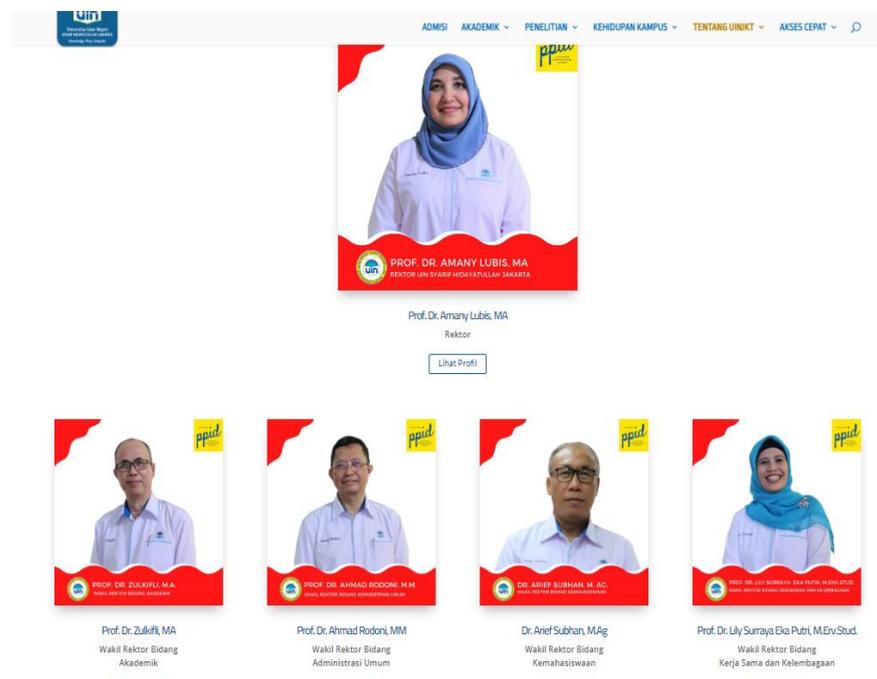
Adapun yang menjadi organ pengelola juga meliputi 3 biro, yaitu Biro Administrasi Umum dan Kepegawaian; Biro Perencanaan dan Keuangan; dan Biro Administrasi Akademik Kemahasswaan dan Kerjasama.

Selain itu lembaga-lembaga yang berada di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta seperti (1) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (Pusat Penelitian dan Penerbitan; Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat; Pusat Studi Gender dan Anak; Pusat Layanan Kerjasama Internasional; dan Pusat Layanan Hubungan Masyarakat dan Bantuan Hukum. (2) Lembaga Penjaminan Mutu (Pusat Pengembangan Standar Mutu; dan Pusat Audit dan Pengendalian Mutu). (3) Unit Pelaksana Teknis yang meliputi Pusat Perpustakaan; Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data ;Pusat Pengembangan Bahasa; Pusat Ma'had Al Jamiah; dan Pusat Pengembangan Bisnis.

Adapun Organ Pertimbangan dan Pengawasan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah Dewan Penyantun, Senat Universitas, Senat Fakultas dan Satuan Pemeriksa Internal.

## Bagan 4

### Struktur Organisasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Periode 2019-2023



Sumber: website UIN Jakarta, 2021

**Gambar 4.1**

**Gedung Rektorat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**



Sumber : Instagram UIN Syarif Hidayatullah Jakarta @uinjktoofficial, 2021

**B. PUBDOK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**

PUBDOK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah Publikasi dan Dokumentasi yakni unit yang berada di bawah Kepala Bagian Umum. Lokasi PUBDOK berada di Jl Ir H Djuanda No 95 Ciputat Pusat Informasi Centre Gedung Rektorat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Melihat keberadaan PUBDOK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tidak dapat terlepas dari sejarah berdirinya yakni keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 414 PUBDOK UIN Jakarta atau Humas adalah unit

yang berada di sub bagian dari biro perencanaan, keuangan dan sistem informasi (Arif Subhan, Hamid Nasuhi, Pedoman Akademik Biro AAKK, 2008:16).

Regulasi humas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di atur oleh PMA No 19 tahun 2019 tentang Ortaker Instansi Vertikal Kementerian Agama, PMA nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi Tata Kerja Kementerian Agama.

Unit ini menjalankan fungsi pelaksanaan dokumentasi dan publikasi sebagai bagian dari tugas Bagian Umum Biro Administrasi Umum dan Kepegawaian (Biro AUK) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (<https://biroauk.uinjkt.ac.id/profil-subbagian-dokumentasi-dan-publikasi/>).

Pada tahun 2002, Humas UIN Jakarta berada di bawah Kepala sub Bagian Pelayanan Informasi dan Hubungan Masyarakat yang dijabat oleh eselon IV dengan nama unit kerja Bagian SI Biro APKSI (Biro Perencanaan Keuangan dan Sistem Informasi). Namun pada tahun 2014, PUBDOK UIN Jakarta berada di bawah Biro Administrasi Umum dan Kepegawaian (AUK), dikepalai oleh Kabag Umum dan dengan nakhoda Kepala Sub Bagian Publikasi Dokumentasi.

**Tabel 5**  
**Pimpinan Humas/Pubdok UIN Jakarta**

No	Nama	Periode
1	Azis Hasibuan, M.Pd	2005-2009
2	Helmi Halimadhtul Udhmah, S.Sos	2009-2014
3	Feni Arifiani, MH	2014-2019
4	Samsudin, S.Kom	2019-Sekarang

Wawancara oleh Samsudin, diolah oleh peneliti, 2021

Seperti apa yang disampaikan oleh Plt. Kepala Biro Humas, Data Dan Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Agama, bahwa tugas unit kehumasan Kementerian Agama adalah penyebar dan penyampaian informasi.

Unit humas juga sebagai jembatan komunikasi antar lembaga serta melakukan penyelenggaraan pelayanan di bidang informasi tentang kebijakan, program, kegiatan dan kinerja Kemenag (Plt Kabiro Humas. Presentasi Optimalisasi Kehumasan Kementerian Agama, disampaikan pada Kegiatan Koordinasi dan Diseminasi Informasi Haji dan Umrah Padang , 17 OKTOBER 2019).

Adapun subag Pubdok UIN Jakarta memiliki tugas (1) Merancang strategi dan Program dokumentasi dan publikasi kegiatan sivitas akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; (2) Melaksanakan kegiatan dokumentasi dan publikasi kegiatan sivitas akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; (3) Menyebarkan produk dokumentasi dan publikasi kegiatan sivitas akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; (4) Menyimpan arsip dokumentasi dan publikasi kegiatan sivitas akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; serta (5) Menjalin Kerjasama pendokumentasian, dan publikasi kegiatan sivitas akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pubdok UIN Jakarta melakukan kegiatan dalam bentuk daring maupun luring. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam bentuk luring seperti protokol pada acara-acara yang dihadiri pimpinan UIN Jakarta.

Selain itu juga melakukan dokumentasi pada kegiatan-kegiatan kerjasama baik nasional maupun internasional. Kegiatan lainnya adalah melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah di seluruh Indonesia dalam rangka mempromosikan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, juga mengikuti pelbagai pameran pendidikan.

Pubdok juga dikatakan sebagai pusat informasi, hal ini karena kantor Pubdok dinamakan *Information Center* dan lokasinya berada di lobi utama kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

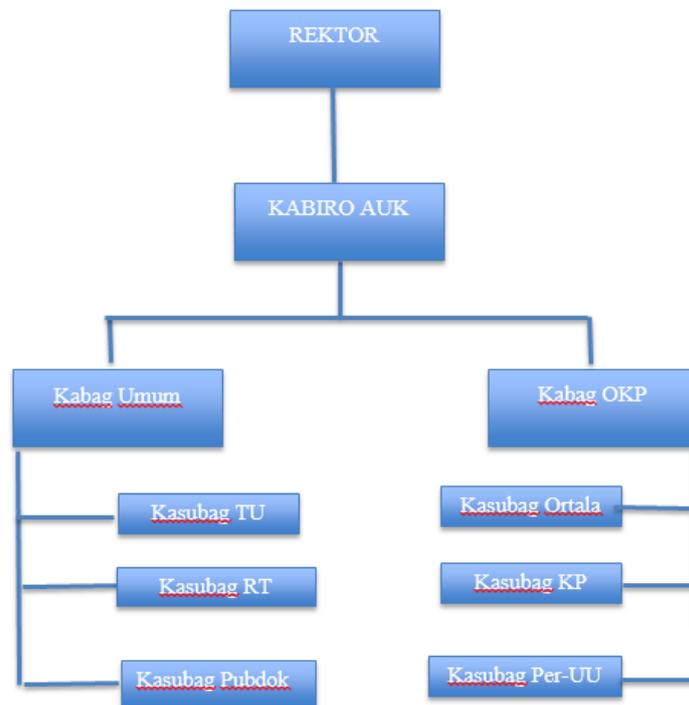
**Gambar 4.2**  
**Tim Pubdok UIN Jakarta**



Sumber : Dokumentasi Pubdok UIN Jakarta, 2021

## Bagan 6

### Struktur Organisasi Humas UIN Jakarta/Pubdok



Sumber: Website Biro AUK, diolah oleh peneliti, 2021

NO	Nama	Jabatan	Job Description
1	Samsudin, S.Kom	Kepala Sub Bagian Pubdok	a. Kordinator kegiatan Pubdok b. Menyiapkan konsep kegiatan pelayanan dan informasi dalam luring dan daring c. Menyusun rencana kerja tahunan d. Membuat laporan kerja kegiatan e. Melakukan bimbingan dan pelayanan teknis di bidang informasi dan hubungan masyarakat f. Mempelajari dan mengkoreksi laporan hasil kerja staf

			<ul style="list-style-type: none"> <li>g. memimpin tugas fotografer, videographer, berita luring maupun daring</li> <li>h. melakukan problem solving dilingkungan Pubdok</li> </ul>
2	Nanang Saikhu	Penyusun Bahan Infomasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menyusun bahan informasi yang akan di post di media sosial youtube Berita UIN TV</li> <li>b. menyusun bahan dan kegiatan untuk dipublikasikan di youtube</li> <li>c. bertanggung jawab akan program di akun youtube Berita UIN TV.</li> </ul>
3	Zaneal Muttaqin	Penyusun Bahan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menyusun bahan informasi yang akan di publikasikan ke website <a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a></li> <li>b. membuat berita tentang kegiatan-kegiatan,serta mempublikasikan ke website dan bulletin berita uin</li> <li>c. bertanggung jawab akan konten di website UIN Jakarta</li> </ul>

4	Yuyun Yuliana	Pengelola Sistem informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menyusun bahan informasi yang akan diinfokan</li> <li>b. membantu pelayanan di informasi centre</li> <li>c. membuat tugas pembuatan scenario (acara wisuda, pengukuhan guru besar) dan kegiatan UIN Syarif Hidayatullah</li> <li>d. membantu atasan membuat laporan kegiatan</li> <li>e. MC dan Protokol UIN Syarif Hdiayatullah Jakarta.</li> </ul>
5	Umar Syarif Audah	Penegelola Sistem Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a.menyusun bahan informasi yang akan di publikasikan ke website <a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>.</li> <li>b. membuat berita tentang kegiatan-kegiatan,serta mempublikasikan ke website dan bulletin berita uin.</li> <li>c. bertanggung jawab akan konten di website UIN Jakarta</li> </ul>

			d. membantu pelaksanaan kegiatan di UIN jakarta
6	Taufan Maulana Firdaus	Pengelola Sisteam Informasi	a. MC dan Protokol UIN Syarif Hdiayatullah Jakarta b. membuat tugas pembuatan scenario (acara wisuda, pengukuhan guru besar) dan kegiatan UIN Syarif Hidayatullah c. mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada di UIN ke media sosial Instagram, twitter dan Facebook d. membantu pelayanan di informasi centre e. bertanggung jawab dengan media sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
7	Lisnawati	Pengelola Sistem Informasi	a. MC dan Protokol UIN Syarif Hdiayatullah Jakarta b. membuat tugas pembuatan scenario (acara wisuda, pengukuhan guru besar) dan

			<p>kegiatan UIN Syarif Hidayatullah</p> <p>c. mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada di UIN ke media sosial Instagram, twitter, Facebook dan Tiktok</p> <p>d. bertanggung jawab dengan konten yang dipublikasikan ke Tiktok</p> <p>e. membantu pelayanan di informasi centre</p> <p>f. membantu membuat laporan keuangan di Humas</p>
8	Aditya Wardana	Pengelola Sistem Informasi	<p>a. bertanggung jawab membuat video tentang kegiatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mulai dari pra samapai pasca produksi</p> <p>b. videographer</p>
9	Hermanudin	Pengelola Dokumentasi	<p>a. mengarsipkan dokumentasi dari bultein, video, foto,</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>b. membantu memeberikan pelayanan data dokumentasi</li> <li>c. membantu pelayanan di informasi centre</li> <li>d. fotografer kegiatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta</li> </ul>
10	Ali Nasrun Meha	Pengeloa Dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a.nara hubung Guru Besar UIN Syarif Hidayatullah Jakarta</li> <li>b.melakukan pelayanan via telpon</li> <li>c. membantu pelayanan di informasi center</li> <li>d. mengarsipkan dokumentasi Pubdok UIn Jakarta</li> </ul>

Sumber: website OKP UIN Jakarta, diolah oleh peneliti, 2021

**Tabel 7 Jobdesc Pubdok UIN Jakarta**

### **C. *Cyber Public Relations* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**

Selain kegiatan yang dilakukan secara luring, Pubdok juga mempunyai kegiatan yang bersifat daring, seperti publikasi dan dokumentasi pada media sosial mereka, seperti *website, youtube, facebook, Twitter, Instagram* serta baru-baru ini UIN Jakarta meluncurkan akun *Tiktok* .

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada website [www.uinjkt.ac.id](http://www.uinjkt.ac.id) adalah publikasi berupa berita tentang kegiatan UIN Jakarta, begitu juga dengan *youtube*, UIN Jakarta mempunyai dua *channel youtube* yaitu UIN Syarif

Hidayatullah Jakarta dan Berita UIN TV. Pada *channel youtube* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menayangkan dalam bentuk video kegiatan-kegiatan UIN Jakarta, namun pada chanel Berita UIN TV, video yang dibuat program berita.

Selain itu UIN Jakarta juga mempunyai saluran resmi media sosial *Tiktok* dengan nama akun *uinjktoofficial*. Pada akun *Tiktok*, konten yang diposting berisikan video-video dengan durasi pendek tentang kegiatan serta promosi UIN Jakarta. Begitu juga pada akun *Instagram*, UIN Jakarta memposting kegiatan-kegiatan pada akun mereka.

Namun saat terjadi *pandemic covid 19*, kegiatan-kegiatan yang menggunakan tatap muka atau fisik banyak yang tidak dilakukan. Sehingga kegiatan kehumasan UIN Jakarta lebih banyak menggunakan internet, sehingga mengoptimalkan media sosial mereka.

### Gambar 4.3 Profil akun instagram @uinjktoofficial



Sumber : instagram @uinjktoofficial, 2022

**Gambar 4.4**  
**Profil Facebook UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**



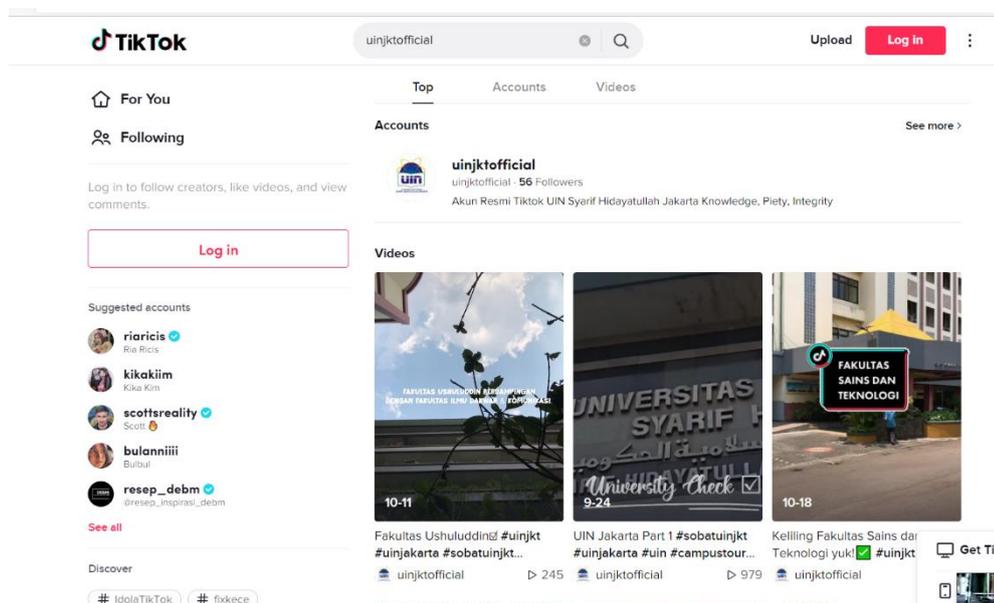
Sumber: Facebook UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021

**Gambar 4.5**  
**Akun twitter @uinjktofficial**



Sumber : twitter UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021

**Gambar 4.6**  
**Profil Tiktok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**



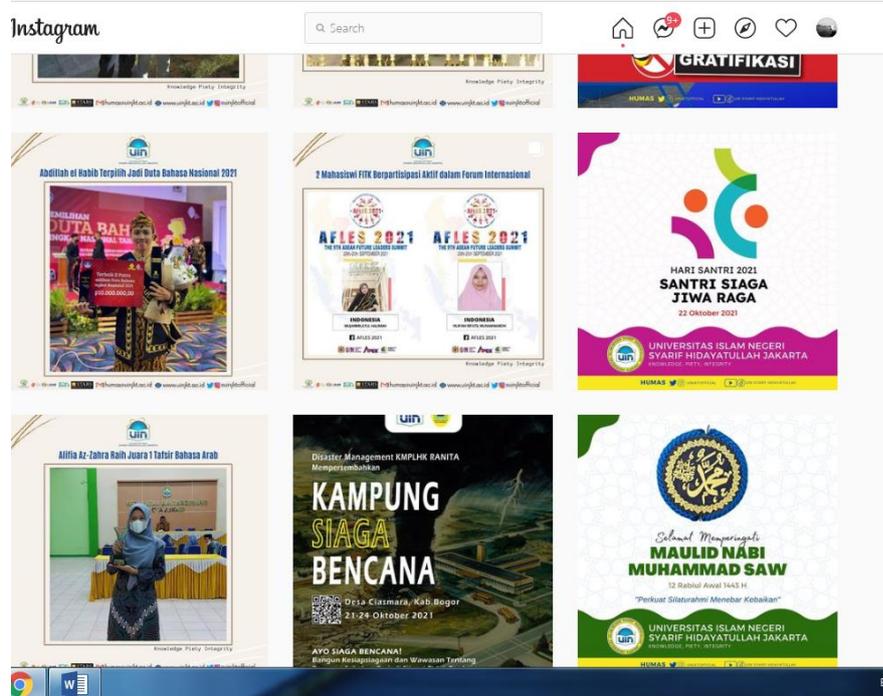
Sumber : Tiktok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021

#### **D. Instagram UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**

Dalam melaksanakan kegiatan *Cyber PR*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta banyak menggunakan media sosial *instagram*. Akun Instagram UIN Jakarta bernama @uinjktofficial mempunyai 96,8 ribu pengikut dengan postingan sebanyak 1254 post.

UIN Jakarta menggunakan *instagram* pertama kali sebagai media sosial mereka di tahun 2014. Saat itu kegiatan kehumasan UIN Jakarta masih konvensional, sehingga tidak banyak kegiatan yang diposting di media sosial mereka khususnya Instagram. Namun saat ini kegiatan-kegiatan yang ada di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta banyak di posting di media sosial *instagram*.

**Gambar 4.7**  
**Tangkapan Gambar kegiatan di Instagram @uinjktoofficial**



Sumber : Instagram UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021

## E. Hasil Penelitian

Peran *cyber public relations* pada *instagram* dalam membentuk citra lembaga sebagai *World Class Univeristy*, adalah hal yang sangat penting, mengingat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sedang melangkah menuju WCU.

Saat era sekarang ini, institusi pendidikan banyak yang sudah menggunakan *cyber public relation*, begitu juga dengan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam melakukan kegiatan kehumasannya, UIN Jakarta menggunakan media sosial, salah satunya adalah *Instagram*.

Setelah mengumpulkan hasil penelitian dan melakukan observasi serta pengumpulan data maka penelitian dibahas sesuai dengan kerangka rumusan

masalah tentang peran *cyber PR* pada Instagram dalam membentuk citra lembaga sebagai WCU.

### **1. Langkah Peran *Cyber PR* pada Instagram dalam Membentuk Citra Lembaga sebagai *World Class University***

Secara implisit, Peran *Cyber PR* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dapat dideskripsikan sesuai tugas dan fungsinya. Sasaran kegiatan PR menggunakan media sosial Instagram atau *cyber PR* adalah public internal (civitas akademika UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) dan eksternal (pers, masyarakat dan pemerintah). Salah satu peran PR adalah membangun hubungan baik dengan pihak eksternal lembaga.

Dalam melakukan kegiatan *Cyber PR* dengan media instagram, ada beberapa step yang di lakukan oleh Tim Pubdok UIN Jakarta, yaitu (1) *research*; (2) *planning* ;(3) *action*; (4) *evaluation*.

#### **a. Penelitian (*Research*)**

Penelitian adalah langkah pertama yang dilakukan oleh Pubdok UIN Syarif untuk membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU melalui *cyber PR*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sedang "*happening*" terkait pencitraan universitas sebagai WCU. Penelitian dilakukan guna melihat seperti apa public melihat citra Lembaga, apakah sudah sesuai dengan visi misi lembaga.

Penelitian dilakukan dengan melakukan perbandingan, melakukan pertimbangan dan mengasilkan penilaian tentang apa yang akan diangkat sehingga dapat menggambarkan UIN Jakarta sebagai WCU.

Seperti yang dikatakan oleh Samsudin selaku Kasubag Pubdok saat peneliti melakukan wawancara.

“Kita (Pubdok) kan garda paling depan, jadi kita cari dulu seperti apa sih yang diinginkan oleh *follower* di *Instagram* kita. Dalam postingan di *IG* (*Instagram*), kita juga liat dari kampus lain khususnya PTKIN ya, gimana sosialisasiin kampus mereka dalam membentuk universitas kelas dunia, apa postingannya, kayak apa bentuknya” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara tanggal 21 juli 2021).

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan peneliti bahwa tim Pubdok dalam melakukan kegiatan *cyber PR* melalui *Instagram* melakukan penelitian untuk melihat bagaimana dalam mensosialisasikan universitasnya sebagai *WCU*. Penelitian yang di lakukan oleh tim Pubdok adalah sebatas riset kecil bagaimana membentuk citra UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai *WCU* seperti studi banding visit ke media sosial kampus PTKIN lain.

“Kalau sekarang kan jamannya internet ya, kegiatan PR kita juga lebih sering pakainya *facebook*, *Instagram* ataupun *youtube*. Tapi sebenarnya lebih sering ke *Instagram* sih. Kita juga melakukan studi banding, bedanya dulu kita studi bandingnya dateng langsung ke universitas tersebut, ke UIN Jogja misalkan, atau Surabaya. Keliling gitu, sekarang cukup jalan-jalan studi bandingnya ke medsos mereka aja” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara mendalam tanggal 21 juli 2021).

Untuk menuju universitas yang menyanggah kelas dunia harus menyiapkan banyak hal, salah satunya adalah dengan pembentukan citra dengan

menggunakan media sosial. Menurut Samsudin, studi banding ini sangat penting agar media sosial dapat digunakan secara optimal dalam mencapai tujuan yaitu membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU.

#### **b. Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan yang dilakukan oleh Pubdok selaku unit yang memegang kendali *cyber PR* Instagram adalah dengan membuat program kerja yang dapat mencapai tujuan UIN Jakarta yaitu membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU terwujud.

Dalam Langkah perencanaan ini, Pubdok mempersiapkan seluruh kebutuhan untuk peran *cyber PR*. komunikasi seperti apa yang akan dilakukan *cyber PR* untuk membangun citra lembaga. Dalam proses ini, Pubdok merencanakan apa yang akan di posting di Instagram, baik di *feed* ataupun *story*.

“iya kita selalu rapat kecil dulu, *gak* selalu setiap postingan di rapatin. Tapi kita merencanakan tentang konten apa yang akan di *publish*. Biasanya dia (menunjuk staf pengelola SI) yang *publish*. Soalnya penting banget untuk diliat, agar kita juga *gak* ada kesalahan ketika posting. Informasi ke masyarakat dapat diterima dengan baik juga, *feed back* ke kitanya juga baik” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara mendalam tanggal 21 juli 2021).

Peneliti melihat, bahwa apa yang akan di posting ke dalam *Instagram*, salah satu staf yang ditugasi sebagai admin media sosial Instagram meminta validasi kepada kepala sub bagian Pubdok. Adapun validasi hanya sekedar bertanya dan memperlihatkan konten tersebut ke Kasubag Pubdok.

Namun hal itu tidak selalu dilakukan. Berdasarkan wawancara dengan kasubag Pubdok, peneliti mendapatkan bahwa rapat kecil biasanya digunakan untuk media sosial *youtube* .

“tapi biasanya kalau di IG banyak yang lolos saja tanpa validasi, karena admin nya *udah* canggih dan *tau* apa yang pantas di posting, cocok *gak* sama kampus, kira-kira bakalan ada masalah *gak* kalau posting itu. *Nah* tapi kalau untuk *youtube* biasanya direncanain dulu, karena harus mulai dari pra produksi sampai pasca produksi kan, shootingnya, ngeditnya kita *pantengin*” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara mendalam tanggal 21 juli 2021).

Dapat dikatakan bahwa dalam melaksanakan tugas *cyber PR* tim Pubdok berusaha untuk menyajikan informasi dengan baik. Dalam tahap perencanaan tersebut, Tim Pubdok menyusun bahan informasi/mendesain informasi terlebih dahulu, lalu mengolah dalam bentuk gambar ataupun video lalu memposting konten ke Instagram. Perencanaan ini mereka lakukan agar informasi dapat tersampaikan dengan baik ke khalayak luas sesuai dengan visi misi UIN Jakarta.

Dalam menyusun bahan informasi, Tim Pubdok mengumpulkan data-data serta informasi terkait kegiatan-kegiatan apa yang sedang dan akan berlangsung. Seperti apa yang dikatakan oleh Nanang Saikhu dalam wawancara dengan peneliti.

“Untuk kegiatan, kita selalu *ngirim* tim berita *ke event-event* universitas ataupun fakultas, atau kalo lewat webinar kita wajib ikut untuk meliput. Kalau udah kan kita bisa olah *trus* posting *deh* ke *IG, website* dan *youtube*. Kalau kegiatan yang belum, palingan posting aja di *fitur feed IG*. Kalau *IG story* kita repost kalau

penyelenggaranya *tag*, kalau *gak ya gak* diposting”(Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi,wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

### c. Tindakan (*Action*)

Action adalah proses aplikasi komunikasi dengan menggunakan media sosial agar Informasi tersampaikan kepada public. Langkah ini dengan memposting konten-konten yang terkait tentang WCU ke dalam Instagram. Dari hasil wawancara peneliti dengan Nanang Saikhu selaku penyusun bahan informasi, media sosial Instagram @uinjktoofficial sebagai *Cyber PR* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lebih banyak mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak kampus ataupun fakultas.

“ya sekarang kan udah jamannya media sosial ya, *cyber PR* banyak diimplementasikan dalam bentuk media sosial. Harapannya sih, media sosial UIN Jakarta khususnya *Instagram* bisa membentuk citra UIN Jakarta. Selama ini Pubdok masih sekedar mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada trus posting ke IG atau medsos lainnya. Kita pantau aja dulu kalau ada masalah baru evaluasi” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi,wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

Jika dilihat dari laman Instagram @uinjktoofficial, terdapat kegiatan-kegiatan seperti webinar internasional, prestasi mahasiswa di ajang internasional, kerjasama internasional. Seperti yang dikatakan oleh Nanang Saikhu.

“memang kegiatan kita posting ke IG, apalagi yang terkait dengan WCU, pimpinan kan sudah selalu kampanyekan UIN Jakarta go internasional, maka kegiatan yang jenisnya webinar internasional, prestasi mahasiswa di bidang

internasional, Kerjasama internasional kita umumkan di medsos” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021)

Selain itu peneliti menekankan pada peran dalam membentuk citra UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, karena *cyber PR* adalah kegiatan PR atau kehumasan yang dilakukan dengan media internet. Seperti yang dikatakan oleh Nanang Saikhu saat diwawancara oleh peneliti.

“kegiatan-kegiatan humas sekarang banyak dilakukan pakai media sosial, jadi dikatakan *cyber PR*. Media sosial jadi media komunikasi antara lembaga dengan khalayaknya. Dalam membentuk citra sebagai WCU perjalanan kita masih panjang, tapi setidaknya *Instagram* UIN Jakarta bisa sedikit menggambarkan hal tersebut, beberapa postingan tentang kegiatan-kegiatan internasional. Salah satu indikatornya kan ada kegiatan-kegiatan internasional” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

Adapun intensitas posting yang dilakukan oleh instagram @uinjktoofficial adalah sebanyak 2-3 kali perhari, namun menurut Nanang Saikhu kuantitas itu dapat dikatakan fluktuatif tergantung dari banyaknya kegiatan yang sedang dilakukan. Dari hasil wawancara peneliti dengan Nanang Saikhu bahwa untuk membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU bukan hanya dengan berapa banyak postingan yang di publish, namun juga kontennya.

“Intagram kita punya 96,8 ribu followers, itu potensi besar bagi UIN Jakarta untuk membentuk citra sebagai WCU. Kita itu paling banyak lho dibanding PTKIN lain. Tapi kontennya juga harus kita perhatikan juga sesuai dengan WCU. WCU itu

kan perengkingan pengakuan skala internasional. UIN Jakarta sedang menginternasionalkan kampus dengan cara peningkatan mutu akademik, jumlah mahasiswa asing, SDM nya harus menguasai bahasa asing juga” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

#### d. **Evaluasi** (*Evaluation*)

Evaluasi adalah melakukan penilaian terhadap proses yang telah dilakukan mulai dari penelitian, perencanaan, dan action. Evaluasi ini akan menjadi masukan agar tujuan lembaga dapat tercapai. Penilaian ini melihat apakah yang sudah dilakukan sesuai dengan visi misi lembaga, melihat pula reaksi dari para follower tentang apa yang diinginkan dari lembaga.

“biasanya kita lakukan evaluasi per tiga bulan sekali, apa reaksi dari *follower* kita tentang apa yang kita posting. Liatnya dari komen-komen *follower* aja, tapi kebanyakan komennya suka gak nyambung sama apa yang kita posting. Setelah itu baru deh kita evaluasi, lalu kita juga liat apa reaksi pimpinan. Ya keseringan gak ada komentar apa-apa, evaluasi kalau ada masalah” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021)

Berdasarkan wawancara dengan Nanang Saikhu, peneliti melihat bahwa evaluasi yang dilakukan oleh Pubdok hanya sekedar jika memang ada masalah yang ada di Instagram.

## **2. Analisis Peran *Cyber PR* Pada Instagram dalam Membentuk Citra Lembaga sebagai *World Class University***

Pada subbab ini, peneliti menganalisis peran *cyber PR* pada media Instagram dalam membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU. Peran *cyber PR* dapat dilihat dari peran PR yaitu: (1) *expert prescriber*; (2) *communicator fasilitator*; (3); *problem solving communicator*; dan (4) *communication technician*.

### **a. Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*)**

*Cyber PR* memainkan peranan penting bagi lembaga dalam membuat keputusan tentang apa yang akan dilakukan. Dalam wawancara peneliti dengan kasubag Pubdok, Samsudin.

“iya, kita kan dibawah Kabag Umum, jadi segala kebijakan atau keputusan harus dibicarakan dengan atasan. Jabatanku memang kasubag, tapi tetep harus ada keputusan dari atas” kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara mendalam tanggal 21 juli 2021).

Berdasarkan wawancara dengan Samsudin selaku Kasubag Pubdok, posisi Pubdok masih berada di bawah Kepala Bagian Umum, sehingga keputusan harus dibicarakan terlebih dahulu dengan atasan.

Sebagai garda terdepan, pada umumnya *cyber PR* melakukan komunikasi dua arah antara khalayak internal maupun eksternal. Pun didalam salah satu fungsi PR sendiri adalah fungsi manajemen. Dalam hal ini adalah *cyber PR* juga punya

kebijakan dalam mengelola kebijakan yang terkait dengan citra dan isu yang ada. Seperti yang dikatakan oleh Samsudin saat wawancara dengan peneliti.

“Gerak kita juga jadi gak begitu leluasa, ya gak bisa bikin keputusan sendiri. Kalau saja strukturalnya berdiri sendiri peranan kita bisa maksimal. Bagaimana mengelola *Cyber PR* nya. Kordinasi juga jarang banget. Kalau kita liat beberapa universitas sudah berdiri sendiri Humasnya” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, wawancara mendalam tanggal 21 juli 2021).

**b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)**

Dalam hal ini peran *cyber PR* adalah bertindak sebagai komunikator antara Lembaga dengan khalayaknya. *Cyber PR* bisa dikatakan sebagai jembatan penghubung UIN Jakarta dengan para *followers* pada media Instagram untuk mengkomunikasikan tujuan yaitu membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU.

Di sisi lain, *cyber PR* dituntut untuk mampu untuk menyampaikan dan menjelaskan keinginan, kebijakan dan keinginan Lembaga kepada public. Sehingga public mengerti, percaya, dan mendukung harapan Lembaga dalam membentuk UIN Jakarta menjadi WCU.

Menjalin komunikasi pada zaman cyber seperti saat ini bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, sebagaimana yang diungkapkan oleh Nanang Saikhu.

“Sama sebenarnya dulu sebelum menggunakan medsos. Sekarang kan *cyber PR* dilakukan dengan menggunakan media internet. Sebagai

sebuah institusi produknya harus sesuai dengan fungsi PR sendiri, yaitu sebagai pusat informasi publik, membentuk citra lembaga. Dengan *instagram* kita pasti *ngasih* informasi kepada *followers* kita, juga dituntut untuk membentuk, mempertahankan citra lembaga. Dan jangkauannya juga luas *kan* kita bisa melakukan komunikasi juga dengan *followers*” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021)

Berdasarkan wawancara tersebut, *cyber PR* UIN Jakarta melalui media sosial Instagramnya berusaha melakukan komunikasi dua arah antara Lembaga dengan khalayaknya.

Namun observasi yang peneliti lakukan pada laman Instagram @uinjktoofficial, peneliti melihat tidak banyak kegiatan yang dilakukan pada fitur *comment*. Misalkan pada postingan pada *feed instagram* tanggal 22 Oktober 2021, terkait dua mahasiswi FITK berpartisipasi aktif dalam forum internasional, terdapat 902 *likes* dan 4 *comments* yang tidak sesuai dengan apa yang diposting.

Begitu juga postingan pada fitur *feed* tanggal 19 juli 2021 terkait dengan penerimaan mahasiswa baru. Pada postingan tersebut terdapat 4.428 *like* dan 838 komentar diajukan *followers*, namun tidak ada satupun komentar atau *feedback* dari pihak admin @uinjktoofficial, justru komentar balik dilakukan oleh salah satu staf yaitu Nanang Saikhu melalui akun Instagram pribadinya.

### c. Fasilitator Problem Solving

*Cyber PR* berperan dalam proses pemecahan masalah, hal ini merupakan bagian dari manajemen. Dalam hal ini *cyber PR* membantu pimpinan dan sebagai adviser (penasihat) jika ada masalah menimpa organisasi. *Cyber PR* diharapkan dapat mengatasi persoalan yang dihadapi dengan profesional dan rasional.

Terkait peran *cyber PR* ini, peneliti melakukan wawancara dengan Nanang Saikhu.

“kalau ada issue buruk kita gak pernah ladenin sih, kecuali kalau masalah besar yang menyangkut citra UIN Jakarta jadi buruk. Tapi gak pernah sih. Oh pernah heboh video salah satu dosen dianggap mengadu domba organisasi mahasiswa, dan banyak netijen komentar gak enak di Instagram, parah lah pokoknya komentarnya. Tapi akhirnya redup sendiri. Pun itu juga setelah dosenya klarifikasi yang sebenarnya seperti apa. Ada beberapa juga masalah lain, akhirnya kita pernah gak aktifin kolom komentar. Kan gak semua komentar harus ditanggapi ya” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

Berdasarkan wawancara tersebut, *cyber PR* UIN Jakarta lebih tidak menanggapi issue issue yang ada, dan lebih bersifat pasif. Karena belum ada perintah dari atasan untuk melakukan tanggapan. Kecuali memang jika ada masalah besar sehingga beresiko dengan reputasi UIN Jakarta.

#### **4. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)**

Dalam mewujudkan citra UIN Jakarta sebagai WCU, banyak yang harus disiapkan dan dibenahi, seperti waktu, sumber daya manusia dengan daya saing internasional, serta peran *Cyber PR*.

Adapun peran *cyber PR* sebagai teknisi komunikasi adalah dimana *cyber PR* menjadi jurnalis di rumah sendiri. PR menyediakan layanan teknisi komunikasi antara Lembaga dengan khalayak, hal ini dilakukan demi terbentuknya citra UIN Jakarta sebagai WCU.

Adapun layanan teknisi komunikasi yang terdapat di UIN Jakarta salah satunya adalah media sosial Instagram. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Nanang Saikhu.

“kita wajib membentuk citra yang baik kepada khalayak, tapi membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU haruslah serius. Pimpinan ingin citra WCU terbentuk, dan tim medsos harus tau apa yang harus diangkat ke medsos sebagai wujud pencitraan kelas dunia. Misalkan kerjasama-kerjasama internasional UIN dengan beberapa universitas luar, kegiatan-kegiatan mahasiswa asing UIN Jakarta, jurnal-jurnal internasional UIN Jakarta.” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021)

Berdasarkan dari wawancara dengan Nanang Saikhu, UIN Jakarta, sebuah lembaga memang memerlukan pencitraan agar khalayak percaya pada lembaga tersebut. Pada era sekarang ini universitas-universitas di Indonesia berlomba untuk

menjadi kampusnya sebagai *World Class University*. UIN Jakarta sebagai Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri tentu harus berkeras dalam mewujudkannya. Seperti yang dikatakan oleh Nanang Saikhu.

“UIN Jakarta juga sedang menuju kesana, oleh karena itu kinerja Pubdok harus dioptimalkan. Selebih pandemic begini dengan kegiatan *cyber PR* memperingan juga, kita *gak* perlu lagi cetak-cetak flyer untuk promosiin kampus. *Nah* media sosial Instagram kita berperan sebagai *buzzer*. biasanya *buzzer* itu kan jasa yang dibayar untuk naikin citra orang atau lembaga, *nah* kalau *buzzer* nya lembaga pemerintah ya tim *cyber* nya kita-kita ini” (Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021)

Peran *cyber PR* yang dimaksud oleh Nanang Saikhu adalah sebagai *buzzer*, dengan cara mempromosikan terus menerus tentang UIN Jakarta dan tujuan membentuk citra yang diinginkan. Sehingga persepsi masyarakat tentang UIN Jakarta berubah dan percaya bahwa UIN Jakarta sedang menuju menjadi *world class university*.

Dari hasil wawancara, UIN Jakarta sedang menginternasionalkan kampus dengan cara meningkatkan mutu akademik, jumlah mahasiswa asing, mengembangkan SDM dengan kemampuan bahasa asing, penerbitan publikasi internasional terindeks scopus, memaksimalkan integrasi e-campus juga dengan kerjasama-kerjasama internasional.

Kegiatan-kegiatan tersebut, bisa di publikasikan via Instagram @uinjktoofficial. Instagram memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk citra UIN Jakarta.

Misalkan dengan adanya kegiatan-kegiatan internasional yang ada, seperti webinar internasional tentunya jika di posting di Instagram. Menurut Nanang dengan posting kegiatan tersebut khalayak akan melihat bahwa UIN Jakarta memang sebuah Universitas yang sedang menuju Internasional.

Keberadaan *cyber PR* UIN Jakarta dengan salah satu media sosialnya yaitu instagram terkesan masih sebagai perangkat dari sebuah lembaga. Peran dari *cyber PR* masih sebatas fungsi informasi/publicity saja dan pelayan publik. Hal ini juga yang dikatakan oleh Nanang Saikhu.

“kalau saat ini memang peran kita sebagai pusat publikasi, seperti nama unit kita yaitu Publikasi dan Dokumentasi. Kita bertugas untuk menginformasikan segala jenis kegiatan yang ada di UIN Jakarta, sehingga khalayak bisa melihat seperti apa UIN Jakarta via media sosial”(Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi,wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

Saat ini eksistensi *cyber PR* perguruan tinggi menjadi sangat penting, karena *cyber PR* bukan hanya sebatas media sosial yang berperan untuk memberikan informasi saja kepada khalayak.

Namun peran *cyber PR* bisa lebih dari itu, dapat dikatakan *cyber PR* sebagai salah satu bagian dari humas dapat dikatakan sebagai perpanjangan tangan dari

pimpinan. Pada umumnya humas dengan kegiatan *cyber PR* merupakan garda terdepan saat ini, khalayak lebih mudah mendapatkan informasi melalui *cyber PR* dibandingkan harus datang langsung.

Dari observasi yang peneliti lakukan di laman Instagram @uinjktoofficial, peneliti menemukan beberapa kegiatan di bulan Februari-Oktober 2021 terkait pencitraan dalam membentuk UIN Jakarta sebagai WCU.

Adapun kegiatan-kegiatan yang diposting pada feed Instagram mereka merupakan kegiatan internasional, seperti delegasi mahasiswa di ajang internasional, jurnal ilmiah internasional terindeks scopus, international webinar, prestasi mahasiswa di ajang internasional, kerjasama di bidang internasional. Seperti yang terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 8**  
**Kegiatan *Cyber PR* di Instagram yang mendukung Citra UIN Jakarta sebagai WCU**

No	Gambar/foto	Nama kegiatan	Tanggal Posting
1		Jurnal Ahkam merupakan jurnal internasional kedua yang terindeks scopus. UIN Jakarta menjadi UIN pertama di lingkungan PTKI yang mempunyai dua jurnal internasional terindeks scopus	16 Februari 2021

2	 <p>uinjktofficial</p> <p>Prestasi mahasiswa</p> <p>Liked by haloliana and 4,104 others</p> <p>uinjktofficial Dua mahasiswa Fakultas Dirasat Islamiyah (FDI), Abdillah El-Habib dan Muhammad Abid Al-Akbar, berhasil mendapat penghargaan sebagai Best Speaker dalam ajang Musabqoh Munazarah' Abra Internet (MUIN) di Universitas Sains Islam Malaysia (USIM)</p>	Dua mahasiswa Fakultas Dirasat Islamiyah (FDI) mendapatkan penghargaan sebagai best speaker dalam ajang Musabqoh Munazarah' Abra Internet (MUIN) di Universitas Sains Islam Malaysia (USIM)	9 April 2021
3	 <p>uinjktofficial</p> <p>UIN Jakarta berencana menawarkan peluang lebih luas bagi para perempuan... more</p> <p>Liked by nanangesha and 965 others</p> <p>uinjktofficial UIN Jakarta berencana menawarkan peluang lebih luas bagi para perempuan... more</p> <p>April 17 · See translation</p>	UIN Jakarta menawarkan Kerjasama kepada perempuan di Afganistan agar dapat kuliah di UIN Jakarta	17 April 2021
4	 <p>uinjktofficial</p> <p>INTERNATIONAL WEBINAR INTERPROFESSIONAL IN EDUCATION</p> <p>"Turning Lesson Learned into Best Practices"</p> <p>Opening Remarks</p> <p>Speaker 1: Dr. Siti Zahidah, NCS, NCS, NCS</p> <p>Speaker 2: Cikak, NCS, NCS, NCS</p> <p>Wednesday, 27 April 2021</p> <p>Liked by taufikh.hdyt and 280 others</p> <p>uinjktofficial Webinar Seri-2 Inter-professional Education... more</p> <p>April 27 · See translation</p>	International Webinar "Interprofesional in Education" Mengahdirkan narasumber dari Qatar dan Australia	27 April 2021

5	 <p>uinjktofficial</p> <p>Rosiana Milantika, Delegasi International Youth Leader Chapter Aceh</p> <p>UNIT DISTILASI MOLEKULER DAN FRAKSINASI ARC-PUJ NILAM ACEH - UNIVERSITAS SYIAH KUALA</p> <p>Knowledge Piety Integrity</p> <p>Liked by athikadahlia and 2,770 others</p> <p>uinjktofficial Rosiana Milantika mahasiswa semester 4 prodi Pendidikan kimia Fakultas Ilmu Tarbiya... more</p> <p>July 6 · See translation</p>	Mahasiswa Prodi Kimia menjadi delegasi dalam International Youth Leader Chapter Aceh	6 Juli 2021
6	 <p>uinjktofficial</p> <p>Wakil Umat Islam Indonesia dan Asia Tenggara, Guru Besar UIN Jakarta Ceramah di Vatikan</p> <p>Liked by waskitowibowo23 and 6,383 others</p> <p>uinjktofficial Sekretaris Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah sekaligus Guru Besar Fakultas al-unimuda</p> <p>October 7 · See translation</p>	Guru Besar Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Jakarta Prof Abdul Mu'ti menjadi satu satunya wakil Indonesia bahkan di Aisa tenggara dalam forum pertemuan para pemimpin agama dunia di Vatikan.	7 Oktober 2021
7	 <p>uinjktofficial</p> <p>Mahasiswa UINJKT menjadi delegasi The 13th Asia Pacific Conference on Tobacco and Health (APACT2021) di Bangkok, Thailand.</p> <p>Visit the COVID-19 Information Center.</p> <p>Liked by baby212spn and 4,217 others</p> <p>uinjktofficial Priska Maya Putri mahasiswa angkatan 2017 Prodi Matematika Fakultas Sains dan te... more</p> <p>October 13 · See translation</p>	Mahasiswa UIN Jakarta menjadi Delegasi The13 Asia Pasific Confrence on Tobacco and Health (APACT2021) di Bangkok, Thailand.	13 Oktober 2021

8		Dua mahasiswa Prodi Bahasa Inggris FITK UIN Jakarta menjadi perwakilan Indonesia dalam kegiatan The 9 <sup>th</sup> ASEAN Future Leaders Summit (AFLES 2021). Kegiatan diikuti 160 Negara di wilayah ASEAN dan negara sekitarnya.	22 Oktober 2021
---	---	---	-----------------------

Sumber : Instagram UIN Jakarta, diolah oleh peneliti, 2021

Jika dilihat dari postingan pada Instagram @uinjktofficial dalam kurun waktu bulan Februari-Oktober 2021, ada 8 postingan pada feed Instagram yang terkait dengan pembentukan citra UIN Jakarta sebagai WCU. Postingan pada feed Instagram lebih banyak tentang kegiatan kegiatan yang diadakan oleh organisasi mahasiswa, ucapan selamat dari Rektor, pengumuman kegiatan yang dilakukan oleh universitas seperti expo Pendidikan, penerimaan mahasiswa baru, kegiatan wisuda, jadwal pengisian KRS.

Sedangkan pada fitur Instagram story (IG Story), peneliti hanya melihat kegiatan mahasiswa yang direpost oleh IG @uinjktofficial. Lalu pada fitur higliht dimana followers dapat melihat kegiatan story yang sudah berlalu, menampilkan dua highlight yaitu kegiatan wisuda 107 dan wisuda 108.

Seperti yang dikatakan oleh @fahmifawaid, bahwa tampilan IG @uinjktoffical kurang menarik karena kurang elegan dan belum konsisten dalam penggunaan template. Selain itu pada era Gen Z yang milenial dari segi grafis belum konsisten.

@fahmifawaid juga mengatakan bahwa akun IG UIN Jakarta belum ter-*verified* atau centang biru, karena hal ini menandakan followers IG sudah banyak dan terkenal. Ia juga mengatakan bahwa IG @uinjktoffical mempunyai follower paling banyak daripada akun UIN lainnya, seperti yang ia katakan wawancara melalui *direct message* di akun IG.

“Belum juga verified akun IG UIN (centang biru). Sebaiknya admin dan tim segera mengurus verifikasi IG uin karena secara followers, IG UIN Jakarta sudah banyak daripada akun uin sebelah, sementara mereka sudah terverifikasi.” (wawancara dengan akun @fahmifawaid).

Dengan adanya centang biru menandakan sebuah akun yang sudah di verifikasi oleh pihak Instagram, dan hal ini memiliki efek bahwa kepercayaan khalayak untuk melihat dan memilih UIN Jakarta. Selain itu pada fitur *highlight* tidak pernah di perbaharui, informasinya masih yang lama, fitur highlight yang merupakan fitur penting untuk meletakkan informasi yang dapat dilihat kembali bagi para followersnya.

@fahmifawaid yang merupakan mahasiswa semester 8 dan merasa bahwa generasinya selalu mencari info melalui Instagram, merasa terbantu dan selalu melihat highlight, karena akan cepat mendapatkan informasi melalui fitur tersebut. Selain itu, akun IG @uinjktoffical terlalu sering repost cerita dari IG story akun

lain, para followers biasanya tertarik melihat IG Story untuk melihat info terbaru dari akun tersebut.

### **3. Pembahasan**

Pada tahap ini, peneliti akan menjelaskan hasil dari analisis penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk pembahasan.

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah salah satu PTKIN (Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri) yang sedang melangkah menuju WCU (*World Class University*). Sebagai sebuah universitas negeri yang berada di bawah Kementerian Agama, UIN Jakarta mempunyai tugas untuk melayani publik.

Untuk melayani publiknya, serta membentuk citra sebagai *world class university*, UIN Jakarta memiliki unit yang dinamakan Publikasi dan Dokumentasi (Pubdok), yaitu unit yang menjalankan fungsi publikasi dan dokumentasi. Selain itu Pubdok juga memiliki fungsi sebagai penyebar dan penyampai informasi kepada khalayak, juga memiliki fungsi sebagai jembatan komunikasi antara lembaga dengan khalayak. Serta melakukan penyelenggaraan, pelayanan di bidang informasi tentang kebijakan, program kegiatan lembaga.

Adapun jika dilihat dari hasil penelitian, tugas Pubdok UIN Jakarta yaitu merancang strategi dan program, melaksanakan kegiatan, menyebarkan kegiatan yang ada di UIN Jakarta, mengarsipkan dokumentasi dalam bentuk foto dan video serta menjalin kerjasama dengan perusahaan pendokumentasian.

Dalam merancang strategi dan Program, Pubdok UIN Jakarta melaksanakan rapat dengan Biro Administrasi Umum dan Kepegawaian terkait program apa yang

akan dilakukan dalam setahun kedepan. Program-program tersebut harus masuk ke dalam pagu anggaran biro. Namun jika dilihat dari rencana strategi apa yang akan dilakukan untuk mewujudkan target sebagai *world class university*, peneliti belum melihat rencana strategis apa yang dilakukan untuk mewujudkan itu.

Kegiatan-kegiatan Pubdok masih sebatas melaksanakan kegiatan yang sudah direncanakan, karena hal itu menyangkut dengan pagu anggaran sehingga harus terealisasi. Program kerja Pubdok adalah menjalankan kegiatan kehumasan baik daring maupun luring, namun semenjak *pandemic* awal 2020-2021 kegiatan masih banyak dilakukan dengan menggunakan media *online*. Oleh karena itu, Pubdok UIN Jakarta saat ini mengoptimalkan media sosial yang ada, dengan kata lain *cyber PR*.

Adapun media sosial yang mereka gunakan untuk melakukan kegiatan *cyber PR* adalah lebih banyak menggunakan Instagram dengan nama akun @uinjktoofficial dengan pengikut 96,8 ribu serta 1254 postingan. Dalam melakukan peran sebagai *cyber PR*, Pubdok UIN Jakarta sudah melakukan empat langkah strategis yaitu Penelitian, Perencanaan, Action dan Evaluasi.

Penelitian yang dilakukan *cyber PR* terkait bagaimana membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU, dirasa belum maksimal. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, penelitian yang dilakukan Pubdok UIN Jakarta hanya sebatas melihat atau studi banding melalui media sosial PTKIN lain. Tanpa melakukan *brainstorming* dengan pimpinan terkait apa yang harus dilakukan demi terwujudnya citra menjadi WCU.

*Cyber PR* perlu menganalisa apa yang diinginkan oleh khalayak tentang cita-cita menjadi WCU disamping pimpinan yang terus menerus berkampanye *go international*. Selain itu dapat melakukan penelitian apa yang menjadi penghambat proses dalam membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU. Informasi ini bisa didapat dari followers instagram UIN Jakarta, dengan pengikut 88,7 ribu ini akan menjadi sangat potensial untuk membentuk *wish image* organisasi.

Dalam langkah perencanaan, Pubdok selalu menyusun bahan informasi ataupun mendesain informasi terlebih dahulu, adapun bahan informasi tersebut didapatkan dari penyelenggara kegiatan, misalkan Rektor akan mengadakan kegiatan maka diadakan rapat terkait kegiatan tersebut, lalu tim Pubdok mengolah dalam bentuk foto ataupun video kemudian tim *cyber PR* akan memposting ke Instagram.

Peneliti melihat potensi yang ada pada media sosial intagram UIN Jakarta belum sepenuhnya dimaksimalkan. Hal ini terlihat ketika Nanang Saikhu mengatakan bahwa tidak semua kegiatan *cyber* di rencanakan dengan sangat detail, justru perencanaan hanya bersifat kegiatan yang harus terealisasi dalam segi anggaran, misalkan mencetak spanduk, mencetak bulletin berita UIN.

“Kegiatan yang dilakukan di *cyber PR* memposting event yang ada saja, gak butuh perencanaan yang detail banget. Kecuali kalau kegiatan yang ada anggarannya kayak percetakan, dan kerjasama dengan vendor wisuda misalnya. Untuk kegiatan internet kan murah banget gak butuh biaya malah”

(Informan, Nanang Saikhu Penyusun bahan informasi, wawancara tanggal 12 Agustus 2021).

Begitu juga ketika pertanyaan yang sama, diajukan kepada Kasubag Pubdok.

“kita merencanakanlah kegiatan kegiatan terkait humas, misalkan sosialisasi, tahun 2022 kita udah bisa sosialisasi ke daerah-daerah. Kita sosialisasikan ke sekolah-sekolah di daerah, bahwa UIN Jakarta sudah menuju kelas dunia dengan adanya kerjasama internasional, mahasiswa asing, pertukaran mahasiswa. Penting banget di rencanakan, kalau tidak nanti gak terealisasi. Setelah itu baru kita posting, kita bikin beritanya ke web uin, posting youtube juga ke instagram” (kepala sub bagian Pubdok UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tanggal 21 juli 2021).

Berdasarkan wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa pada dasarnya kegiatan-kegiatan yang mendukung terbentuknya citra UIN Jakarta sebagai WCU direncanakan, melalui kegiatan sosialisasi offline. Namun tampaknya belum terealisasi kegiatan tersebut melalui media sosial instagram @uinjktoofficial. Kegiatan *cyber PR* sepertinya masih hanya sebagai pelengkap kegiatan offline, jika kegiatan offline dilakukan maka *cyber PR* yang akan melengkapi dengan memposting ke dalam medsos.

Kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan diposting di media sosial dalam bentuk pengumuman, flyer ataupun poster. Bahkan prestasi-prestasi mahasiswa sudah di posting di media sosial mereka. Namun postingan di

dalam instagram belum terbentuk pencitraan sebagai World Class Univerisity.

Dari observasi yang peneliti lakukan, postingan Instagram @uinjktoofficial mulai Februari-Oktober 2021, hanya ada 8 postingan di fitur *feed* yang terlihat mencitrakan UIN Jakarta menuju WCU. Di tandai dengan indikator seperti prestasi mahasiswa di kancah internasional, webinar internasional, delegasi dosen yang berbicara di kancah internasional.

Pada kenyataannya, banyak sekali kegiatan-kegiatan internasional yang diikuti oleh civitas akademika UIN Jakarta. Namun sayangnya tidak semua di posting di Instagram UIN Jakarta. Kegiatan-kegiatan yang mendukung terbentuknya citra UIN Jakarta justru ada di media sosial masing-masing unit ataupun hanya ada di website lembaga. Peneliti menemukan beberapa kegiatan internasional yang terpublish pada website UIN Jakarta namun tidak terpublish pada instagram, seperti yang ada pada tabel 5 dibawah ini:

**Tabel 9**  
**Kegiatan Internasional yang tidak terposting pada Instagram**

NO	Gambar	Nama Kegiatan	Media
1		Internasional webinar	Website <a href="http://www.feb.uinjkt.ac.id">www.feb.uinjkt.ac.id</a>
2		Internasional webinar PPIM	<a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>
3		Guru Besar UIN Jakarta dalam Kegiatan Internasional bersama Kemenlu Qatar	<a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>

4		Mahasiswa UIN Jakarta Pamerkan karya di Internastional Islamic ART Exhibition	<a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>
5		Dua mahasiswa UIN Jaakarta menjadi delegasi intenational youth leader di Turki	<a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>
6		International conference	<a href="http://www.uinjkt.ac.id">www.uinjkt.ac.id</a>

Sumber : website UIN Jakarta. Diolah peneliti 2021

Berdasarkan beberapa gambar yang peneliti ambil secara random di website UIN Jakarta terkait kegiatan internasional, peneliti melihat seperti kurangnya atau tidak adanya kordinasi antara pimpinan dengan staf yang ada di Pubdok sebagai pengelola media sosial UIN Jakarta. Adapun gambar-gambar terkait dengan kegiatan internasional yang diposting pada website [www.uinjkt.ac.id](http://www.uinjkt.ac.id), merupakan postingan yang bersifat berita.

Untuk membentuk citra yang diinginkan lembaga, postingan yang ada di web juga terposting di media-media sosial, mengingat media sosial seperti Instagram bersifat interaksi dimana para pengguna media sosial dapat saling berkomunikasi

satu dengan lain, dan juga dapat berkomunikasi dengan lembaga. Namun langkah-langkah dalam membentuk citra yang diinginkan harus pula dilakukan dengan evaluasi terkait itu.

Evaluasi program sangat penting dilakukan, karena dapat melihat apakah semua kegiatan tersebut sudah sesuai dengan rencana, apakah pencitraan sudah tersampaikan kepada khalayak baik internal maupun eksternal. Setidaknya evaluasi bisa dilakukan terlebih dahulu di wilayah internal. Dari 96,8 ribu pengikut akun Instagram @uinjktofficial, akan ada akun-akun dari pihak internal civitas akademika seperti unsur pimpinan, karyawan, dosen dan mahasiswa.

*Instagram @uinjktoffical* sebagai *cyber PR* UIN Jakarta dapat melakukan penilaian dengan membuat pertanyaan pada *fitur story* juga bisa membuat *polling* dengan menggunakan fitur *Poll* pada *story Instagram*. Hal ini membuat semacam interaksi antara *followers* dengan *cyber PR* sehingga lembaga juga mengetahui seperti apa pandangan publik internal maupun eksternal tentang UIN Jakarta umumnya dan terkait WCU.

Berdasarkan observasi peneliti, akun *instagram @uinjktofficial* belum pernah mengadakan *polling* seperti itu, sehingga tidak pernah mengetahui apa yang diinginkan publik. Peneliti melihat bagaimana bisa mengevaluasi jika sosialisasi tentang tema *world class university* belum tersampaikan dengan baik meskipun kepada public civitas akademika. Hal ini mengakibatkan tidak adanya sinergi antara pimpinan dengan civitas akademik.

Opini ataupun pendapat dapat terbentuk dari para followers, dan *cyber PR* perlu mempunyai alat ukur terkait penilaian mereka terkait *wish image* (citra yang diharapkan) yaitu citra UIN Jakarta sebagai *world class university* sehingga lembaga mendapatkan penilaian tentang citra tersebut. Jika tidak, mungkin hanya akan berada pada *multiple image* (citra majemuk) dimana citra UIN Jakarta tergantung pada pandangan dari banyaknya civitas akademika, karena setiap individu mempunyai pandangan yang berbeda tentang UIN Jakarta.

Untuk mendapatkan citra yang baik tentunya *cyber PR* UIN Jakarta memiliki strategi strategi pencitraan lembaga, dilihat dari tugas dan fungsi *cyber PR* sendiri yaitu sebagai penyebar informasi sesuai dengan kegiatan yang ada di UIN Jakarta kepada khalayak sehingga mendapatkan *feedback* yang diinginkan.

Terkait citra yang dibangun oleh UIN Jakarta, akun @fahmifawaid juga mengatakan bahwa UIN Jakarta melalui Instagramnya sudah melakukan kegiatan *cyber public relation* untuk membentuk citra nya sebagai WCU, namun belum maksimal, hal ini terlihat dari kegiatan internasional seperti kegiatan *young leadership camp* yang diikuti oleh pemilik akun @fahmifawaid, namun kegiatan tersebut tidak terposting pada akun IG UIN Jakarta.

Hal ini sependapat dengan yang dikatakan oleh akun @dera.nvly bahwa UIN Jakarta sudah melakukan kegiatan kelembagaan dalam rangka melangkah menuju WCU, seperti halnya banyaknya kegiatan Kerjasama internasional, penelitian bertaraf internasional, namun IG belum mencerminkan hal itu. Hal ini terlihat dari wawancara dengan akun @dera.nvly yang dilakukan di *direct message* isntagram

“Kalo menurut ku kurang menarik Tidak mencerminkan wcu yang selalu di dambakan. Instagram UIN itu kalo menurut ku juga, macam tidak ada inovasi inovasi baru baru beberapa doang yang menggunakan reell Instagram. Kemudian untuk sekelas universitas dengan banyak mahasiswa, masa Instagram UIN Belum pula centang biru. Terus dari segi desain flayer yang ada, masih kalah jauh dengan Instagram ormawa, sering banget aku liat flayer yang di posting kadang rada sediki gak nyambung entah itu dari segi warna atau tulisanya” (akun @der.nvly, 10 mei 2022).

Untuk membentuk citra menjadi universitas kelas dunia, UIN Jakarta tentu harus mendapatkan pengakuan dan reputasi, baik dari publik internal maupun eksternal UIN Jakarta. Untuk mewujudkannya UIN Jakarta melalui Instagram dapat mensosialisasikan indikator-indikator WCU yang memang sudah ada pada UIN Jakarta seperti mahasiswa asing yang kuliah di UIN Jakarta, delegasi mahasiswa di kancah internasional, prestasi mahasiswa internasional, jurnal ilmiah terindeks internasional, lulusan UIN Jakarta yang sekolah lanjut di luar negeri, serta kegiatan-kegiatan yang mendukung pembentukan WCU.

Dilihat dari ruang lingkup *cyber PR* dapat dipaparkan bahwa kegiatan *cyber PR* tentu mempunyai tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari publik. Mendapatkan pengertian dan citra yang baik dari khalayak dalam hal ini adalah *followers*. Instagram UIN Jakarta mencoba membentuk citra positif lembaga sebagai *world class university* yang mempunyai produk berupa pendidikan berkarakter islam sehingga *followers* merubah tindakannya untuk memilih UIN Jakarta sebagai pilihan untuk studi. Oleh karenanya, Instagram mempunyai peranan

penting dalam membentuk citra lembaganya. Dengan adanya Instagram, UIN Jakarta mampu menjual dirinya sebagai WCU bukan hanya followers Indonesia namun khalayak yang lebih luas secara global. Instagram merupakan media *cyber PR* yang dapat membuat instansi berinteraksi, bekerjasama, berkomunikasi dengan followers dengan membentuk ikatan secara virtual.

Citra harus dibangun dengan baik, karena pembentukan citra bukan hanya ingin mendapatkan pandangan dari public tentang citra positif tentang UIN Jakarta. Public tentu akan menilai jika tidak adanya komunikasi yang terjalin. Instagram @uinjktoofficial sebagai media *cyber PR* harus focus pada kelebihan yang ada di UIN Jakarta. Tim *cyber PR* harus mengetahui apa yang menjadi kelebihan dari UIN Jakarta, juga harus mengetahui apa yang menjadi ciri khas UIN Jakarta.

Dengan adanya peran *cyber PR*, maka cita-cita untuk membentuk citra lembaga dapat terealisasikan. Secara fokus peran *cyber PR* UIN Jakarta lebih banyak menjadi *communication technician*, dimana *cyber PR* lebih banyak memposting kegiatan-kegiatan yang ada di UIN Jakarta, meskipun banyak kegiatan yang di posting lebih banyak event internal dan nasional.

Sayangnya kegiatan-kegiatan internasional yang banyak diikuti oleh civitas belum terdokumentasi dan terposting dengan baik. Pun kegiatan internasional yang mendukung pencitraan sebagai WCU belum banyak terposting di instagram. Kegiatan Pubdok masih berkisar dengan penulisan berita di website, serta pelayanan informasi baik via telephone ataupun langsung keruangan Pubdok.

Meskipun memang bahwa tugas Pubdok UIN Jakarta dalam SK Rektor no : 129 Tahun 2003 menyebutkan bahwa secara pokok adalah pelaksanaan pelayanan informasi dan hubungan masyarakat. Secara fokus Pubdok sudah menjalankan fungsi PR melalui *cyber PR* dengan mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang bersifat internasional, sehingga dapat membantu mempromosikan UIN Jakarta menuju kelas dunia. Akan tetapi Instagram @uinjktoofficial belum banyak melakukan interaksi dengan followersnya.

Dengan kata lain, model *cyber PR* yang dipakai oleh UIN Jakarta masih cenderung bergerak satu arah, atau dapat dikatakan dengan model *Public Information* dimana UIN Jakarta melalui *cyber PR*-nya belum melakukan riset terhadap publiknya. *Cyber PR* selalu memberikan informasi tentang institusi kepada khalayak namun jarang melakukan interaksi dengan followers.

Menurut Nanang Saikhu kendala dalam membentuk citra UIN Jakarta sebagai WCU adalah tidak pernah adanya koordinasi antara pimpinan dengan tim Pubdok. Sehingga Pubdok berjalan sendiri dengan melakukan kegiatan-kegiatan *cyber PR*, dimana seharusnya *cyber PR* adalah salah satu gerbang informasi utama selain website dalam penyampaian informasi dan pencitraan UIN Jakarta. Menurut Nanang Saikhu, tim *cyber* harus cukup kreatif dalam memposting apa yang diinginkan pimpinan tertinggi sehingga tujuan mengkomunikasikan pesan tersebut dapat tersampaikan pada *followers instagram*.