

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan masyarakat atau sering disingkat humas adalah praktik mengelola penyebaran informasi antara organisasi dan masyarakat. Tentu saja sebuah instansi memerlukan adanya penyebaran informasi kegiatan instansi tersebut, aktivitas dalam mengelola komunikasi antara organisasi, instansi, dan perusahaan. Dimana tujuannya tersebut untuk membangun dan menjaga sebuah citra. Hal penting juga dalam membina hubungan baik, pasti berkomunikasi baik pula dengan khalayak publik. Karena komunikasi itu salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia, hakikatnya manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali.

Public relations atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan hubungan masyarakat (humas) hadir sebagai suatu bidang profesi yang memiliki fungsi salah satunya untuk membentuk dan mempertahankan citra positif suatu organisasi, perusahaan, atau

instansi. Humas pada intinya senantiasa berkenaan dengan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak.¹

John E. Marston membatasi public relations dalam dua batasan yaitu dalam arti umum dan public relations dalam arti khusus. Dalam dua batasan yaitu bahwa: public relations itu terencana, komunikasi persuasif di desain untuk mempengaruhi publik tertentu. Sementara dalam arti khusus dinyatakan bahwa: public relations sebuah seni untuk perusahaan agar disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya.²

Menurut Frank Jefkins, terdapat begitu banyak definisi humas, namun ia sendiri memberikan batasan humas, yaitu “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khlayaknya dalam rangka mencapai

¹ Handayani Fikhi, Skripsi. *peran humas dalam meningkatkan citra rumah sakit kusta Dr. Tajuddin chalid makassar* (universitas hasanuddin makassar)

²Choirul Fajri, “ Peran Humas Dalam Meningkatkan Loyalitas Stakeholders Universitas Ahmad Dahlan”, *Kajian Ilmu Komunikasi*, 47.1 (2017), 97-108.

tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.” Menurutnya, humas pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.³

Humas juga memiliki fungsi dalam berhubungan langsung dengan khalayak publik, karena sangat berperan penting dalam setiap perusahaan atau instansi. Humas juga merupakan bentuk komunikasi untuk menciptakan pengertian kepada khalayak publik atas semua kegiatan yang dilakukan baik secara individu atau organisasi. Hubungan baik juga harus dijalin bukan hanya oleh personil bidang humas saja, akan tetapi seluruh karyawan, pimpinan atau dosen baik di dalam instansi ataupun di luar instansi. Kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat adalah kegiatan yang pasti dilakukan oleh setiap lembaga, baik lembaga kedinasan, lembaga swasta, lembaga sosial, maupun lembaga pendidikan, hal itu terjadi karena dalam kehidupan manusia sebagai makhluk individu juga sebagai makhluk sosial atau

³Morissan, M.A, *Manajemen Public Relation- Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta Kencana 2010) hlm 8

mahluk bermasyarakat, baik masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Hubungan dengan masyarakat ditujukan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak.

Menurut Dominick, humas mencakup hal-hal sebagai berikut: 1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik. Pada satu sisi praktik humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen. 2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi. Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Khalayak yang berkepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan perusahaan. Praktisi humas harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi. Humas harus menjadi saluran arus bolak-balik antara organisasi dan khalayaknya. Organisasi pada dasarnya

berhubungan dengan berbagai macam khalayak. 3. Humas merupakan fungsi manajemen. Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus secara rutin memberikan saran kepada manajemen. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁴

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten adalah salah satu perguruan tinggi di Banten yang menempatkan bidang humas ke dalam strukturnya. Sebagai salah satu perguruan tinggi tentu saja menunjukkan eksistensinya kepada khalayak publik dalam menampilkan kelebihan yang didapat. Selama ini, institusi perguruan tinggi dicitrakan sebagai institusi pendidikan yang mengutamakan dan mengembangkan kajian keilmuan secara mendalam dengan hal-hal yang bersentuhan dengan pertimbangan ekonomis praktis, akibatnya ruang gerak menjadi sangat elite dan eksklusif.

⁴Morissan, M.A, *Manajemen Public Relation- Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta Kencana 2010) hlm 8

Pendidikan merupakan aspek sangat penting dari pelaksanaan hak-hak asasi manusia, penyelenggaraan hak tersebut dilakukan setiap negara demi mencapai cita-cita dan tujuan nasional negara yang bersangkutan. Indonesia termasuk salah satu negara yang mengakui dan melindungi hak asasi manusia di bidang pendidikan. Pendidikan merupakan ladang investasi terbesar dalam membangun dan membentuk manusia seutuhnya. Sentuhan pendidikan diyakini mampu membentuk sumber daya manusia yang beradab dan berkualitas.⁵

Perguruan tinggi di Indonesia pada masa reformasi masih terus mengalami persoalan yang sangat rumit. Persoalan yang mengemukakan bermacam-macam, mulai dari campur tangan pemerintah dalam pengelolaan perguruan tinggi, biaya pendidikan yang tidak terjangkau oleh kaum miskin, kualitas riset dan publikasi yang belum sepenuhnya terbangun. Oleh karena itu, diperlukan adanya profil perguruan tinggi yang mampu

⁵Riezky Siam Rahman, Skripsi. Peran Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang Dalam Mempromosikan Wisata Situ Cipondoh Di Era *New Media* (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2018)

menampilkan sosok kualitas personal, sosial, dan profesionalisme dalam menjalankan tugas.⁶

Perguruan tinggi sebenarnya bukan hanya bergerak di bidang ilmu, justru lebih dari itu, perguruan tinggi saat ini menjadi lembaga profit dan ilmu menjadi produktif yang diperjual belikan. Maka dari itu citra sebuah perguruan tinggi menjadi satu hal yang penting dan menjadi satu pertimbangan konsumen, oleh karena itu pasti masyarakat akan menentukan perguruan tinggi mana yang akan dipilih. Kemudian praktisi humas yang bekerja pada lembaga pendidikan seperti di perguruan tinggi itu sedikit berbeda dengan humas pada level sekolah dasar atau menengah. Menjaga hubungan dengan orang tua mungkin tidak lagi menjadi hal penting bagi humas di perguruan tinggi, misalnya melakukan hubungan dengan masyarakat sekitar kampus, menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak yang berkepentingan dengan perguruan tinggi dan terlebih lagi harus dapat membina hubungan internal yang

⁶Mifrohatul musyarrofah Peran humas dalam pengembangan pendidikan tinggi, universitas nurul jadid, paiton, probolinggo, Jurnal Idaaroh vol 2 no 1 juni 2018.

harmonis dengan dosen dan karyawan fakultas dan tentu saja mahasiswa.

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini didalmnya memiliki strukrur kehumasan yang mana bergerak dalam menyiarkan informasi kepada khalayak publik, selain itu juga humas uin berperan dalam meningkatkan citra UIN. Bukan hanya soal menginformasikan kegiatan saja, akan tetapi juga bagaimana citra UIN ini bernilai positif di kalangan Mahasiswa dan juga masyarakat agar citra itu berupa tanggapan positif yang berbentuk dukungan dan ikut serta aktif dalam tindakan positif lainnya. Sejauh ini pun sebagian dari masyarakat belum mengetahui bahwasannya di Banten memiliki Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin. Dan disinilah peran humas UIN Banten dalam sebuah lembaga atau organisasi sangat penting. Karena setiap lembaga membutuhkan kerja seorang humas untuk membantu jalannya program kerja, dan juga mempertahankan citra suatu lembaga tersebut. Sehingga suatu lembaga dapat dikenal dan dipercaya publik dengan strategi humas.

UIN SMH Banten sudah sejak lama berdiri di kalangan masyarakat Banten. Akan tetapi perannya masih saja belum terkenal di masyarakat Banten sendiri, hanya beberapa daerah saja yang mengetahui bahwa Banten mempunyai kampus Negeri Islam.

Dari uraian diatas terlihat bahwa pentingnya peran humas UIN Banten dalam membangun citra di kalangan masyarakat Banten. sebagai penyambung lidah lembaga untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat yang bertujuan agar masyarakat mengetahui citra positif yang ada di UIN Banten.

Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti akan meneliti bagaimana humas UIN dalam meningkatkan citra nya di kalangan masyarakat. Dan selama membangun citra kepada masyarakat apa saja faktor yang menghambat dan mendukung. Maka dari itu penulis akan meneliti “ Peran Humas Perguruan Tinggi Dalam Membangun Citra (Studi Humas UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten) ”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, peneliti dapat merumuskan masalah yang akan menjadi bahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran humas dalam upaya meningkatkan citra UIN Banten?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan citra UIN Banten ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra UIN Banten di kalangan Mahasiswa.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambatnya dalam meningkatkan citra UIN Banten.

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, permasalahan serta tujuan, maka saya membatasi objek kajiannya dimana objek kajiannya adalah peran humas UIN dalam membangun citra UIN di kalangan masyarakat agar UIN Banten ini mendapatkan citra positif.

E. Manfaat Penelitian

Selain adanya tujuan peneliti juga mendapatkan manfaat dari sebuah penelitian yang dapat diperoleh:

1. Manfaat Teoritis:

Pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kehumasan dan sebagai bahan referensi bagi yang berminat dalam mendalami masalah yang berkaitan dengan peranan humas dalam pembentukan citra instansi atau lembaga.

2. Manfaat Praktis

Bagi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebagai bahan masukan dalam mengevaluasi kegiatan serta menyusun kebijaksanaan dalam membangun citra kampus.

F. Kerangka Teori

a. Peran

Istilah peran dalam “ Kamus Besar Bahasa Indonesia” mempunyai arti pemain sandiwara (film).⁷ Peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya

⁷Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya.⁸

Peran hubungan masyarakat secara konseptual dibedakan atas peran manajer dan peran teknisi, peran manajer terdiri atas peran penasehat ahli, fasilitator proses pemecahan masalah, dan fasilitator komunikasi. Sedangkan peran teknisi yaitu teknisi komunikasi.⁹

Dalam peran ini seorang humas mampu memainkan peranan utama dalam manajemen organisasi tentang apa saja yang harus di lakukan. Dan juga mampu mengkonsepkan suatu program kerja yang dapat membangun penilaian positif.

b. Humas

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

⁸Handayani Fikhi, Skripsi. *peran humas dalam meningkatkan citra rumah sakit kusta Dr. Tajuddin chalid makassar* (universitas hasanuddin makassar)

⁹Mifrohatul musyarrofah Peran humas dalam pengembangan pendidikan tinggi, universitas nurul jadid, paiton, probolinggo, Jurnal Idaaroh vol 2 no 1 juni 2018.

atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi dan masyarakat.¹⁰

Humas adalah salah satu sebuah komunikasi meskipun komunikasi adalah tulang punggung kegiatan PR, praktik dari PR adalah jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya terutama tercapainya mutual understanding (saling pengertian). Praktik PR juga bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan perasaan, serta perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga atau perusahaan. Definisi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: public relations merupakan fungsi manajemen dari sikap yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan

¹⁰ Morissan, M.A, *Manajemen Public Relation- Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta Kencana 2010) hlm 37

kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.¹¹

Adapun seorang humas juga harus mempunyai strategi yang baik dalam membangun citra kepada masyarakat, agar masyarakat mampu menilai dengan baik kepada lembaga atau instansi tersebut. Selain itu juga humas harus mengerjakan sesuai dengan tugas dan fungsinya, baik dalam program kerjanya atau yang lainnya.

Menurut Frank Jefknsis itu ada 6 pokok kerja PR yaitu:

1. *Appreciation of the situation*, dalam tahap ini riset atau penelitian adalah bagian yang penting dalam proses ini. riset yang dilaksanakan akan membantu untuk lebih memahami masalah yang sedang terjadi lalu mencari solusi atau masalah tersebut.

¹¹A. Andhita Sari, S. Sos, M.I.Kom, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik* (Yogyakarta, Maret 2017)

2. *Definition of objectives*, praktisi PR harus mengetahui sasaran program yang dibuat dan memprioritaskan masalah yang perlu diselesaikan termasuk mempertimbangkan budget.
3. *Definition of public*, pada tahap ini praktisi PR harus mampu mengerti karakteristik publik dengan siapa PR melakukan komunikasi.
4. *Selection of media and techniques*, praktisi PR memilih media yang tepat untuk berkomunikasi.
5. *Planning of budget*, pelaksanaan strategi komunikasi yang telah tertuang dalam program-program memerlukan biaya.
3. *Assesment of result*, pada tahap akhir praktisi PR harus mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dapat dibuat dengan menyebarkan angket, quisioner, atau berbetuk survei lainnya.¹²

¹²Frank Jefkins, *Public Relation Techniques*. (Jakarta Erlangga 1992).
Hal 44

G. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang sudah pernah diteliti sebelumnya. Berikut kajian yang relevan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis sebagai bahan referensi:

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Penelitian terdahulu
1.	Judul	<i>“ Peran Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang Dalam Mempromosikan Wisata Situ Cipondoh Di Era New Media ”</i>
	Nama Peneliti	Riezky Siam Rahman
	Tahun Penelitian	2018
	Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif
	Hasil penelitian/	Peran humas dinas kebudayaan dan pariwisata kota tangerang dalam

	kesimpulan	menjalankan promosi, pemnfaat new media, yang efektif dalam promosi objek wisata situ cipondoh. Dengan menggunakan teori ruslan.
	Persamaan	Metode penelitian kualitatif
	Perbedaan	Menggunakan teori peran humas menurut Ruslan
2.	Judul	Peran <i>Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
	Nama Peneliti	Tutik Kumariyah
	Tahun Penelitian	2016
	Metode penelitian	Metode penelitian kualitatif
	Hasil penelitian/ kesimpulan	Public Relations Pringsewu Baturaden menjalankan keempat kategori peran sesuai konsep Dozier dan Broon.

	Persamaan	Metode penelitian kualitatif
	Perbedaan	Menggunakan teori peran humas menurut Ruslan
3.	Judul	Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Mempromosikan Swiss-be Hotel Maleosan Mando
	Nama Peneliti	Chika Feybe
	Tahun Peneliti	2016
	Metode Penelitian	Mentode penelitian kualitatif
	Hasil Penelitian/ kesimpulan	<i>Public Relations</i> sangat berperan dalam mempromosikan Swiss be Hotel kepada masyarakat luas. Hal yang dapat disarankan ialaha bahwa ada baiknya jika Swiss be hotel menempatkan departemen PR sebagai unit tersendiri,bukan dibawah departemen <i>sales dan marketing</i> agar PR fokus

		melaksanakan tugasnya.
	Persamaan	Metode penelitian kualitatif
	Perbedaan	Menggunakan konsep Dozier dan Broon

Dari ketiga uraian tersebut tentunya dari masing-masing skripsi mempunyai rumusan tersendiri dalam menentukan bidang penelitian yang dilakukan dan tentunya mempunyai khas. Maka dalam penelitian ini perguruan tinggi UIN Banten pun mempunyai khas tersendiri yaitu dengan keislamannya dan humasnya juga lebih menitikberatkan kepada akhlakul karimah pada pendekatan humanis agar menumbuhkan citra baik di kalangan mahasiswa ataupun masyarakat.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.

Metode penelitian perlu dibedakan dari pengumpulan data yang merupakan teknik yang lebih spesifik untuk memperoleh data.¹³

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Penelitian ini memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi. Penelitian ini menjelaskan mengenai fenomena yang terjadi mengenai bagaimana humas UIN dalam meningkatkan citra UIN Banten. teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara dan dokumentasi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jalan Jendral Sudirman No 30 Penancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec Serang, Kota Serang, Banten 42118.

¹³DR. Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*(penerbit Rosda Karya)

3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh dalam penelitian ini membagi sumber data menjadi dua jenis, kedua jenis data tersebut adalah:

a. Data primer

Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) data primer berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian.¹⁴

Data primer juga dapat diperoleh dari pihak yang dianggap kompeten dan menguasai data yang diperlukan dan berkaitan, adapun data primer yang akan penulis teliti di UIN adalah bidang humas UIN Banten beserta Staf dan jajarannya.

b. Data sekunder

Merupakan sumber data peneliti secara tidak langsung melalui media perantara(diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam

¹⁴ Lexy J. Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif. (PT Remaja Rosda Karya, Bandung, 2014)hlm 11

arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

I. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Teknik observasi sebagai langkah awal dalam mencari data. Teknik observasi yang peneliti gunakan adalah observasi non partisipan.¹⁵ Artinya peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap kegiatan yang dilakukan humas UIN dalam meningkatkan citra UIN ini dimulai sejak tanggal 27 Bulan November 2019 hingga 22 April 2020 di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Dan bagaimana peran humas dalam melakukan kegiatan agar bisa meningkatkan citra UIN dalam pelaksanaannya dilakukan secara struktur, dan upaya apa yang dilakukan humas dalam menjalankan kinerjanya.

b. Wawancara

¹⁵Observasi nonpartisipan merupakan metode observasi dimana periset hanya bertindak mengobservasi tanpa terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang diteliti, baik kehadirannya diketahui atau tidak. Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm 108

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada unsur-unsur terkait salah satunya yaitu Fery Ramadhan sebagai staff humas dan juga Lilis Aslikhah Rahman sebagai kepala bagian kerjasama, kelembagaan dan hubungan masyarakat. Peneliti juga menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin, artinya peneliti mengadakan tanya jawab langsung kepada bidang humas secara bebas, tetapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang ditanyakan dengan berpedoman pada *Interview Guide*, kemudian bidang humas diminta menjawab secara terbuka berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah dipersiapkan sebelumnya dan apabila masih ada jawaban yang belum jelas, peneliti mengajukan pernyataan tambahan berdasarkan situasi.

c. Library Research

Penulis mengumpulkan data-data melalui tela'ah dan mengkaji berbagai literatur yang sesuai dengan materi penelitian untuk dijadikan bahan argumentasi, seperti beberapa buku-buku dengan teori-teori pendukung yang

berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. dokumentasi kegiatan, catatan perkuliahan, internet, dan lain sebagainya.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang sudah ada ditempat yang akan diteliti mengumpulkan data penelitian dilapangan maka penulis mengambil gambar/foto sebagai saran pembantu dalam melakukan penelitian dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, denah dan lembaga.

J. Teknik Analisis Data

Dari data yang didapatkan penulis maka akan diolah dengan teknik sebagai berikut:

1. Induktif, yaitu mengumpulkan sata sesuai dengan tema yang didapatkan dari lapangan atau pendapat yang diperoleh para ahli sumber-sumber yang dapat

dipercaya, kemudia dikembangkan menjadi kesimpulan yang dapat diterapkan dipenelitian ini.

2. Deduktif, yaitu mengumpulkan data yang diperlukan yang sesuai dengan tema atau pendapat-pendapat dari para ahli atau praktis yang kemudian dijadikan satu kesimpulan khusus.

K. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yang dimaksudkan untuk membantu masalah yang akan ditulis atau dibahas. Adapaun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut. Skripsi dengan judul Peran Humas UIN Dalam Meningkatkan Citra UIN Banten.

BAB 1 PENDAHULUAN akan membahas tentang: Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Masalah. Manfaat Penelitian, kerangka Teori, Tinjauan Pustaka, Metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisi data dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI akan membahas tentang: Teori Komunikasi, kajian tentang humas, kajian

tentang humas, kajian tentang citra, dan humas di era industri 4.0

BAB III GAMBARAN UMUM HUMAS UIN

BANTEN akan membahas tentang: visi dan misi, tujuan, program humas uin banten, fungsi humas uin banten, pelayanan prima di perguruan tinggi, struktur perguruan tinggi dan denah lokasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN akan membahas tentang:

Hasil Penelitian Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra UIN Banten dan Faktor Pendukung dan Penghambat.

BAB V PENUTUP yang meliputi: Kesimpulan dan

Saran.