



Strategi Kehumasan dalam Membangun Citra IAIN Kudus sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan di Era Digital



Cindy Muawanah Khoirunnisak¹, Irzum Fariyah², Ihya Nur Syamsiani³

*Korespondensi :

Email :
cindymu_14@gmail.com

Afiliasi Penulis :

^{1,2,3}IAIN Kudus

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 19 Oktober 2024
Revisi : 20 Desember 2024
Diterima : 30 Desember 2024
Diterbitkan : 31 Desember 2024

Kata Kunci :

Citra, Humas, Ilmu Islam Terapan, Strategi, IAIN Kudus

Keyword :

Image, Public Relations, Applied Islamic Science, Strategy, IAIN Kudus

Abstrak

Artikel ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis strategi humas dalam membangun citra Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus sebagai kampus berbasis ilmu Islam terapan, serta mengidentifikasi hambatan dan tantangannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan verifikasi, sedangkan validitas data diuji dengan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas IAIN Kudus meliputi: optimalisasi pengelolaan website; publikasi event kampus; kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan keterlibatan langsung di masyarakat; kerjasama dengan media massa lokal; penguatan identitas korporat; publikasi di media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook, serta surat kabar; komunikasi persuasif dengan calon mahasiswa baru; dan branding ke Madrasah Aliyah, Sekolah Menengah Atas, serta Sekolah Menengah Kejuruan. Hambatan meliputi keterbatasan personel humas (internal) dan rendahnya kesadaran mahasiswa dalam menyebarkan informasi kampus serta penyesuaian konten untuk generasi Z (eksternal). Penelitian ini berkontribusi dalam menyediakan panduan strategis bagi perguruan tinggi Islam untuk mengembangkan citra institusi secara efektif melalui penguatan komunikasi strategis dan kolaborasi, khususnya di era digital.

This article aims to describe and analyze the public relations strategy in building the image of the State Islamic Institute (IAIN) Kudus as a campus based on applied Islamic science, as well as identifying obstacles and challenges. This research uses a qualitative approach with data collection methods in the form of observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted through reduction, presentation, and verification, while data validity was tested by triangulation. The results showed that IAIN Kudus's public relations strategies include: optimizing website management; publication of campus events; Corporate Social Responsibility (CSR) activities with direct involvement in the community; cooperation with local mass media; strengthening corporate identity; publication on social media such as Instagram, TikTok, YouTube, and Facebook, as well as newspapers; persuasive communication with prospective new students; and branding to Madrasah Aliyah, Senior High Schools, and Vocational High Schools. Obstacles include limited public relations personnel (internal) and low student awareness in disseminating campus information and adjusting content for generation Z (external). This research contributes to providing strategic guidance for Islamic universities to effectively develop institutional image through strengthening strategic communication and collaboration, especially in the digital era.



PENDAHULUAN

Humas (Hubungan Masyarakat) memiliki peran strategis dalam perguruan tinggi sebagai pengelola komunikasi antara institusi dengan masyarakat, mahasiswa, dosen, mitra kerja, dan media (Buchori, 2019; Dipa et al., 2023; Iqbal, 2023). Fungsi utama humas adalah membangun dan memelihara citra positif institusi melalui penyebaran informasi yang relevan dan terpercaya. Dalam konteks perguruan tinggi, humas bertanggung jawab mempromosikan visi, misi, program studi, serta pencapaian institusi kepada publik (Mukhsinuddin et al., 2021). Peran ini menjadi semakin krusial di era digital, ketika informasi tersebar dengan cepat, dan ekspektasi masyarakat terhadap transparansi meningkat (Purwo & Puspasari, 2020). Sebagai pengelola komunikasi strategis, humas memainkan peran penting dalam menyampaikan prestasi akademik, inovasi riset, dan program pengabdian masyarakat yang dilakukan institusi (Teguh Hidayatul Rachmad, 2015). Melalui berbagai media, seperti media sosial, website resmi, dan media konvensional, humas mampu menjangkau calon mahasiswa potensial dan mempromosikan keunggulan perguruan tinggi (Hafidhah et al., 2020; Primadini et al., 2022). Selain itu, humas juga berperan dalam memperluas jejaring melalui kolaborasi dengan mitra kerja, baik di tingkat nasional maupun internasional (Ayu Sofi Syafitri & Siti Sri Wulandari, 2024; Damayanti, 2021). Humas juga memiliki tanggung jawab sebagai pengelola krisis, memastikan informasi yang akurat dan cepat tersampaikan saat terjadi isu yang dapat memengaruhi reputasi kampus (Adha & Rohimakumullah, 2022).

Di era digital, humas dituntut untuk berinovasi melalui pembuatan konten kreatif seperti video, infografis, dan kampanye media sosial, serta memanfaatkan analitik data untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi (Amin et al., 2024). Dengan perannya yang krusial, humas berkontribusi dalam memperkuat reputasi institusi, mencapai tujuan strategis perguruan tinggi, dan membangun hubungan yang harmonis antara kampus dan masyarakat (Yuarko et al., 2024). Peran kehumasan ini juga menjadi perhatian penting bagi salah satu perguruan tinggi Islam yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus yang berlokasi di Provinsi Jawa Tengah. Namun, hasil observasi awal menunjukkan kurangnya transparansi informasi tentang program kerja humas IAIN Kudus. Pencarian data melalui internet menggunakan kata kunci "program kerja humas IAIN Kudus" tidak memberikan hasil yang memadai. Selain itu, website resmi IAIN Kudus juga tidak menyediakan dokumen yang menjelaskan strategi humas dalam membangun citra institusi. Akibatnya, informasi tentang peran strategis humas dalam mendukung visi kampus tidak dapat diakses oleh publik. Hal ini menandakan perlunya peningkatan dalam pengelolaan komunikasi dan publikasi oleh humas agar dapat lebih efektif dalam mendukung visi institusi dan memberikan informasi yang transparan kepada masyarakat luas.

Artikel ini mengkaji strategi kehumasan dalam membangun citra IAIN Kudus sebagai perguruan tinggi Islam terapan di era digital. Dalam dunia pendidikan tinggi, strategi komunikasi humas menjadi elemen penting untuk membangun citra positif institusi. Amalia (2020) menegaskan bahwa humas dapat meningkatkan kepercayaan publik melalui pemanfaatan media tradisional dan digital secara transparan dan konsisten (Amalia, 2020). Harwinda et al. (2024) menunjukkan pentingnya adaptasi komunikasi digital dalam mendukung kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), terutama selama pandemi COVID – 19 (Harwinda et al., 2024). Mallappiang et al. (2021) menyoroti peran humas dalam menunjang tridharma perguruan tinggi melalui publikasi kegiatan akademik dan pengabdian masyarakat untuk memperkuat reputasi institusi (Mallappiang et al., 2021). Mardiyah et al. (2023) menegaskan

bahwa manajemen humas yang efektif menciptakan hubungan harmonis antara institusi dan masyarakat, yang menjadi fondasi utama branding perguruan tinggi (Mardiyah et al., 2023). Matheos (2018) menyoroti pentingnya pengelolaan informasi mahasiswa melalui portal akademik untuk meningkatkan kepuasan mereka (Matheos, 2018). Sementara itu, Munir (2023) menemukan bahwa inovasi dalam publikasi digital serta kolaborasi dengan media menjadi faktor kunci dalam membangun citra institusi (Munir, 2023). Pratiwi (2011) menekankan pentingnya hubungan antara humas dan media untuk memperluas jangkauan publikasi dan membangun kepercayaan masyarakat (Pratiwi, 2011). Ratnasari et al. (2018) menegaskan bahwa keterbukaan informasi publik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra institusi (Ratnasari et al., 2018). Syukri & Sumarni (2020) mengkaji strategi humas dalam menarik minat calon mahasiswa baru melalui media sosial (Syukri & Sumarni, 2020). Wulansari et al. (2023) menekankan pentingnya transformasi humas di era Society 5.0, dengan fokus pada integrasi teknologi digital untuk memenuhi ekspektasi masyarakat modern. Research gap penelitian ini adalah kurangnya kajian yang secara khusus membahas strategi kehumasan perguruan tinggi Islam terapan di era digital (Wulansari et al., 2023).

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada perguruan tinggi umum tanpa mempertimbangkan karakteristik institusi Islam terapan. Kebaharuan penelitian ini terletak pada integrasi nilai-nilai Islam dengan strategi komunikasi digital dalam membangun citra institusi. Fokus penelitian ini adalah pengembangan strategi kehumasan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dengan memperhatikan karakteristik IAIN Kudus. Penelitian ini bertujuan memberikan panduan bagi humas dalam membangun citra positif institusi melalui komunikasi digital yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Dari berbagai literatur yang telah diulas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan humas dalam membangun citra perguruan tinggi sangat bergantung pada adaptasi teknologi, transparansi komunikasi, inovasi strategi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Strategi humas yang inovatif dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dapat memperkuat citra IAIN Kudus sebagai perguruan tinggi Islam terapan yang unggul di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan dan menganalisis strategi humas dalam membangun citra Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus sebagai perguruan tinggi Islam terapan. Metode ini dipilih untuk memahami bagaimana strategi komunikasi humas dijalankan di lingkungan kampus serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Data dikumpulkan melalui tiga teknik: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan humas IAIN Kudus, termasuk pengelolaan website, publikasi media sosial, dan interaksi dengan masyarakat. Wawancara dilakukan dengan informan kunci, seperti pejabat humas, staf terkait, dan mahasiswa, untuk mendapatkan pandangan mereka mengenai efektivitas strategi humas yang dijalankan. Dokumentasi meliputi pengumpulan arsip, laporan kegiatan, publikasi, dan konten digital yang diproduksi oleh humas IAIN Kudus.

Analisis data dilakukan dalam tiga langkah: reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Pada tahap reduksi, data yang terkumpul diseleksi dan difokuskan pada informasi yang relevan dengan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Verifikasi data dilakukan

dengan triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi yang diperoleh.

Triangulasi digunakan untuk memeriksa keakuratan data dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti melakukan konfirmasi ulang kepada informan kunci untuk memastikan bahwa temuan sesuai dengan realitas di lapangan. Metode ini berfokus pada pengumpulan data operasional terkait strategi humas yang digunakan oleh IAIN Kudus. Hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perguruan tinggi Islam dalam memperkuat citra institusi melalui komunikasi strategis di era digital. Hambatan yang diidentifikasi, seperti keterbatasan personel dan tantangan dalam menyesuaikan konten untuk generasi Z, juga dianalisis untuk memberikan solusi yang relevan. Penelitian ini memberikan panduan yang dapat diimplementasikan oleh humas perguruan tinggi dalam membangun kepercayaan publik dan memperluas jangkauan komunikasi institusional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

IAIN Kudus sebagai Kampus Ilmu Islam Terapan

Ilmu Islam Terapan memperkenalkan paradigma amali dalam ajaran Islam yang menekankan aspek praktis kehidupan manusia. Paradigma ini pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Muslim Abdul Kadir sebagai solusi untuk masalah – masalah masyarakat. Ia menekankan pentingnya nilai praktis dalam sains, dengan fokus pada sisi muamalah seperti ekonomi, politik, sosial budaya, hukum, pendidikan, sains, dan teknologi, selain aspek ibadah (Salamah et al., 2020). Prof. Muslim Abdul Kadir menegaskan bahwa Al – Qur'an dan Sunnah adalah komponen penting dari paradigma amali. Islam faktual, yang mencerminkan religiusitas aktual umat beriman, juga menjadi dasar pendekatan ini. Faktualisasi Islam adalah proses mengubah konsep ideal menjadi realitas kehidupan sehari – hari. Dengan cara ini, prinsip universalitas Islam dapat lebih akomodatif dan kontekstual dalam kehidupan masyarakat (Muslim A. Kadir, 2003).

Di IAIN Kudus, Ilmu Islam Terapan menjadi mata kuliah unggulan yang bertujuan menumbuhkan kompetensi berbasis lokalitas dan nilai – nilai toleransi. Mata kuliah ini dirancang untuk memperkuat pemahaman mahasiswa tentang penerapan ajaran Islam dalam kehidupan nyata. Selain mata kuliah formal, IAIN Kudus juga mengadakan Kelas Ilmu Islam Terapan (IIT) setiap Jumat sore, bekerja sama dengan UKM Komunitas Pecinta Nalar (Salamah et al., 2020). Program ini dilakukan di luar jam kuliah dan tidak memiliki bobot SKS. Dalam kelas ini, mahasiswa berdiskusi interaktif dengan narasumber utama tentang konsep dan penerapan Ilmu Islam Terapan dalam kehidupan sehari – hari. Mahasiswa juga ditugaskan mengulas karya Prof. Muslim Abdul Kadir yang berjudul "Ilmu Islam Terapan." Program IIT bertujuan menanamkan sikap moderat beragama dan membangun kesadaran multikultural. Melalui program ini, mahasiswa diharapkan memiliki pemikiran terbuka dan mampu berintegrasi dengan masyarakat yang beragam secara budaya dan agama (Muslim A. Kadir, 2003).

Strategi Kehumasan IAIN Kudus dalam Membangun Citra Positif Institusi

Keberadaan Humas dalam suatu lembaga memiliki peran penting dalam membangun citra. IAIN Kudus sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan tidak bisa lepas dari peran humas dalam mengenalkan aktivitas kampus kepada

masyarakat. Humas bertugas merencanakan program kerja untuk meningkatkan citra kampus. Strategi humas IAIN Kudus dalam meningkatkan citra kampus dibagi menjadi strategi internal dan eksternal:

1. Strategi Internal

Strategi internal melibatkan tindakan humas di dalam kampus. Citra kampus dipengaruhi oleh kondisi sarana dan prasarana. Oleh karena itu, fasilitas pendidikan harus dalam kondisi baik sebelum mempromosikan kampus ke masyarakat. Informasi dari internal kampus disampaikan humas melalui video, infografis, dan berita yang dipublikasikan di media sosial kampus seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan website. Menurut H, salah satu staf humas, informasi yang diterima disesuaikan dengan kebutuhan dan dipublikasikan ke media sosial. Humas juga mengelola konten berupa capaian akademik, kegiatan mahasiswa, serta promosi program studi yang ada di IAIN Kudus. Dengan demikian, humas berperan aktif dalam menjaga citra kampus secara internal.

2. Strategi Eksternal

Strategi eksternal mencakup beberapa aspek:

a. Publikasi

Publikasi yang dilakukan oleh staf Humas IAIN Kudus melibatkan berbagai platform, termasuk media sosial, media cetak seperti koran dan majalah, serta brosur dan kalender. Media sosial menjadi alat utama dalam menjangkau masyarakat luas dengan konten yang dirancang untuk mempromosikan program-program kampus, terutama yang terkait dengan Ilmu Islam Terapan. Humas memanfaatkan Instagram sebagai salah satu platform utama, terutama selama bulan Ramadhan, untuk mempublikasikan konten Islami yang kemudian dievaluasi melalui insight guna memahami respons masyarakat. Kerja sama dengan media massa juga menjadi bagian penting dari strategi humas.

Humas berkolaborasi dengan media cetak lokal seperti Suara Merdeka, Muria News, dan Beta News untuk mempublikasikan berita kampus. Media cetak ini digunakan untuk menampilkan capaian akademik, kegiatan kampus, dan program-program unggulan lainnya. Untuk distribusi fisik, kalender dan brosur berisi informasi tentang profil, capaian, dan kegiatan kampus digunakan saat promosi penerimaan mahasiswa baru (PMB) ke berbagai sekolah. Kegiatan yang dipublikasikan meliputi aktivitas rutin seperti jadwal penerimaan mahasiswa baru melalui UMPTKIN, serta kegiatan insidental seperti acara lokal atau program khusus. Staf Humas, sesuai jadwal, melakukan dokumentasi dan publikasi setiap kegiatan penting, memastikan bahwa masyarakat mendapat informasi yang relevan dan aktual tentang IAIN Kudus. Selain itu, pengelolaan website kampus juga dioptimalkan untuk menyampaikan informasi akurat dan detail tentang program Ilmu Islam Terapan. Konten pada situs web dirancang dengan fokus pada penguatan pesan inti kampus, memastikan bahwa publik dapat mengakses informasi yang diperlukan dengan mudah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan citra IAIN Kudus sebagai institusi berbasis Ilmu Islam Terapan.

b. Event

Acara atau *event* yang dijalankan oleh humas IAIN Kudus dalam membangun citra kampus berbasis ilmu Islam terapan diantaranya adalah mengadakan media gathering. Untuk secara teknis informasi yang diterima staff Humas IAIN Kudus nantinya akan dibuat menjadi sebuah informasi melalui media. Informasi tersebut disajikan dalam bentuk video, infografis,

atau desain selaras dengan kebutuhannya. Jadi, staff Humas IAIN Kudus menceritakan bahwa event yang di selenggarakan berupa media gathering. Media gathering diadakan satu tahun sekali di akhir tahun dengan mengumpulkan teman-teman wartawan. Kalau event tahun depan staff humas IAIN Kudus merencanakan perihal FGD, benchmarking dan media gathering.

Selain mengadakan media gathering, humas IAIN Kudus dalam membangun citra kampus berbasis Islam terapan dilakukan dengan ikutserta mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh mahasiswa pada saat menjalankan KKN. Humas IAIN Kudus sejauh ini belum pernah membuat acara yang berdiri sendiri. Jadi kaitannya dengan Islam terapan mereka ikutserta didalamnya dengan cara mempublikasikan dan mengimplementasikan Islam terapannya itu dalam kegiatan KKN.

Setiap ada kegiatan atau *event* besar, humas ikutserta berada di belakangnya meskipun tidak sepenuhnya bertanggungjawab dalam kegiatan itu. Dalam membangun citra sebagai kampus berbasis ilmu islam terapan, hal yang dilakukan humas IAIN Kudus diantaranya melakukan live streaming atau video liputan dalam acara wisuda ataupun acara fakultas yang menjalankan kegiatan keagamaan dan sosial.

c. *Community Involvement*

Community involvement juga menjadi prioritas dalam strategi eksternal. Humas menjalin hubungan dengan media massa seperti Radar Kudus dan Jawa Pos. Namun, kerja sama ini bersifat informal, bergantung pada hubungan personal antara staf humas dan wartawan. Selain itu, humas membangun jaringan dengan komunitas lokal, tokoh masyarakat, dan pemangku kepentingan untuk memperkuat komunikasi eksternal kampus

d. *Corporate Identity*

Corporate identity memainkan peran penting dalam membangun citra yang konsisten. Identitas visual seperti logo, warna, dan slogan kampus digunakan secara konsisten di semua saluran komunikasi. Humas memilih nuansa hijau sebagai elemen utama dalam desain media sosial untuk mencerminkan nilai-nilai Islam yang menjadi dasar institusi. Dengan visual yang terkoordinasi, IAIN Kudus berharap dapat meningkatkan daya tariknya di mata masyarakat.

e. *Lobbying and Negotiation*

Lobbying and negotiation merupakan aktivitas yang diperlukan untuk merancang strategi jangka pendek dan panjang. Di IAIN Kudus, lobi dan negosiasi sebagian besar dilakukan oleh bagian kemahasiswaan dan kerja sama, sementara humas lebih fokus pada periklanan dan promosi. Meski demikian, humas tetap berperan dalam menjalin komunikasi dengan mitra eksternal yang mendukung pengembangan kampus, seperti institusi pendidikan lain, pemerintah daerah, dan lembaga swasta

f. *Social Responsibility*

Dalam social responsibility, humas berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat. Humas IAIN Kudus dalam membangun citra kampus sebagai kampus berbasis ilmu Islam terapan adalah ikut mempublikasikan kegiatan bakti sosial (CSR) yang dijalankan oleh Dharma Wanita Persatuan dan Pusat Studi Gender & Anak. Hasil wawancara dengan T, mengatakan bahwa yang ikutserta terjun langsung ke korban banjir Demak memberikan *Psychological First Aid* (Pertolongan Pertama Pada Kesehatan

Mental) dengan penguatan psikologis dan spiritual itu Dharma Wanita Persatuan dan Pusat Studi Gender & Anak. Humas IAIN Kudus terlibat dalam publikasi karena ia masih mengindik. Untuk anak-anak diberikan trauma healing berupa terapi bermain yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa. Dharma Wanita merupakan salah satu bagian dari IAIN Kudus juga salah satu civitas. Dalam semua kegiatan, Staff Humas IAIN Kudus masih mengindik.

Begitu juga saat ada kegiatan bantuan sosial yang lainnya yang dijalankan oleh PKM atau LPPM IAIN Kudus, humas juga ikutserta mendampingi dan melakukan publikasi pada kegiatan itu. Hasil wawancara dengan T, mengatakan bahwa yang terjun langsung ke kegiatan bantuan sosial yakni teman-teman PKM dan LPPM. Humas IAIN Kudus terlibat dalam pembuatan berita dan publikasi melalui Instagram dan website.

Strategi publikasi yang dijalankan oleh Humas IAIN Kudus telah memberikan kontribusi signifikan dalam upaya meningkatkan citra kampus, termasuk dalam mempromosikan paradigma Ilmu Islam Terapan melalui berbagai platform digital seperti situs web dan media sosial resmi kampus. Sebagai paradigma baru dalam dunia pendidikan Islam, Ilmu Islam Terapan memerlukan upaya sosialisasi yang masif dan terstruktur agar masyarakat luas, termasuk mahasiswa, memahami nilai dan relevansinya. Dalam konteks ini, kehadiran situs web dan media sosial berperan penting sebagai media komunikasi yang dapat menjangkau audiens lebih luas dengan efisiensi tinggi. Sesuai dengan temuan yang dipaparkan oleh Khairuddin Nento dan Anis Masruri (2020), situs web berfungsi sebagai platform publikasi interaktif yang efektif (Nento & Masruri, 2020).

Situs web memiliki keunggulan berupa biaya operasional yang relatif rendah serta fleksibilitas dalam menyampaikan informasi dalam berbagai format yang menarik dan dapat diakses secara global. Sebagai administrator, pengelola situs web diharapkan mampu memaksimalkan potensi ini dengan menghadirkan informasi yang informatif, relevan, dan berdaya tarik tinggi. Situs web tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pemasaran, transparansi lembaga, dan bahkan alat untuk membangun reputasi kampus. Namun, analisis dari Triangulator PR memberikan perspektif kritis terhadap pelaksanaan strategi humas IAIN Kudus. Menurutnya, upaya yang dilakukan sejauh ini masih terbatas pada kegiatan rutin seperti dokumentasi dan publikasi umum tanpa fokus yang jelas dalam menguatkan citra kampus sebagai institusi berbasis Ilmu Islam Terapan.

Humas belum sepenuhnya mengarahkan strategi komunikasi ke dalam penyampaian nilai-nilai utama Ilmu Islam Terapan. Indikator yang menjadi penanda atau karakteristik utama dari paradigma Ilmu Islam Terapan belum terintegrasi dalam konten komunikasi yang disampaikan. Akibatnya, masyarakat dan mahasiswa belum memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep tersebut. Pendekatan yang dilakukan Humas IAIN Kudus saat ini lebih banyak menonjolkan fungsi informatif daripada strategis. Upaya branding yang seharusnya dirancang untuk membangun citra dan reputasi kampus berbasis Ilmu Islam Terapan belum terlihat secara nyata. Ini menunjukkan bahwa strategi publikasi dan komunikasi yang ada masih memerlukan penyempurnaan. Untuk ke depannya, sangat penting bagi Humas IAIN Kudus untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih berfokus pada penyampaian substansi Ilmu Islam Terapan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan konten edukatif yang menarik, mengembangkan narasi yang menggambarkan manfaat dan relevansi paradigma ini, serta mengintegrasikan

indikator – indikator spesifik dari Ilmu Islam Terapan ke dalam materi komunikasi. Dengan pendekatan ini, humas dapat membangun pemahaman yang lebih mendalam di kalangan mahasiswa dan masyarakat, sekaligus memperkuat citra kampus sebagai pelopor dalam paradigma baru pendidikan Islam. Strategi ini tidak hanya membantu meningkatkan reputasi IAIN Kudus, tetapi juga mendukung pencapaian visi institusi dalam konteks pendidikan Islam yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Tantangan Dunia Kehumasan IAIN Kudus Dalam Membangun Citra Kampus Ilmu Islam terapan

Pelaksanaan strategi humas di IAIN Kudus dalam membangun citra sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Hambatan tersebut terbagi menjadi hambatan internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas humas dalam menjalankan tugasnya.

1. Hambatan Internal

Hambatan internal yang dihadapi oleh humas IAIN Kudus terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Saat ini, tim humas hanya terdiri dari tiga orang yang bertugas mengelola seluruh proses eksposur kegiatan kampus. Keterbatasan ini menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika banyak kegiatan harus diliput dan dipublikasikan secara bersamaan. Dalam satu hari, humas sering kali kewalahan karena harus memproduksi berbagai jenis konten, seperti video, infografis, dan pemberitaan.

Keterbatasan jumlah personel ini dapat mengurangi produktivitas humas dalam membangun citra kampus. SDM yang memadai sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas publikasi dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Tanpa penambahan personel yang seimbang dengan beban kerja, humas akan terus menghadapi kesulitan dalam menjalankan tugasnya secara optimal. Selain itu, diperlukan komitmen dari pimpinan lembaga untuk lebih memberdayakan humas. Humas seharusnya tidak hanya terlibat dalam kegiatan teknis seperti dokumentasi dan publikasi, tetapi juga dalam hal – hal yang lebih strategis dan substantif. Pimpinan kampus perlu memastikan bahwa humas memiliki peran yang signifikan dalam menyusun kebijakan kehumasan.

Dengan begitu, humas dapat lebih efektif dalam menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara kampus dan masyarakat serta dalam membangun citra positif kampus. Pengembangan SDM di bidang kehumasan menjadi hal yang sangat penting. Humas yang memahami peran strategisnya akan mampu menyusun dan menerapkan kebijakan komunikasi yang efektif serta memaksimalkan peran media dalam memperkenalkan keunggulan kampus kepada masyarakat.

2. Hambatan Eksternal

Selain hambatan internal, humas IAIN Kudus juga menghadapi hambatan eksternal yang cukup signifikan. Salah satu hambatan tersebut adalah masih minimnya kesadaran dari mahasiswa dan seluruh bagian civitas akademika IAIN Kudus untuk turut serta menyebarkan informasi positif tentang kampus. Padahal, partisipasi aktif dari seluruh elemen kampus sangat diperlukan untuk memperkuat citra kampus di mata masyarakat.

Hambatan eksternal lainnya adalah tantangan dalam menyesuaikan konten publikasi dengan karakteristik generasi muda, khususnya Gen Z. Generasi ini memiliki preferensi konten yang berbeda, sehingga humas perlu beradaptasi agar konten yang dibuat dapat diterima dan menarik minat mereka. Konten yang informatif saja tidak cukup; konten harus dikemas secara menarik, kreatif, dan

sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z yang cenderung interaktif dan visual. Salah satu upaya yang telah dilakukan humas IAIN Kudus dalam mengatasi hambatan eksternal ini adalah dengan melakukan publikasi yang lebih masif. Humas gencar mempublikasikan berbagai informasi terkait kampus melalui media sosial dan platform digital lainnya.

Pembuatan konten promosi seperti informasi tentang Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dilakukan secara intensif. Konten ini tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga bersifat edukatif, menjelaskan berbagai program studi, fasilitas kampus, dan prospek kerja bagi lulusan IAIN Kudus. Publikasi edukatif bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat tentang apa saja yang ditawarkan oleh IAIN Kudus. Humas berupaya menjelaskan nilai tambah kampus, seperti konsep Ilmu Islam Terapan, yang membedakan IAIN Kudus dari kampus lainnya. Dengan penyampaian informasi yang komprehensif dan menarik, diharapkan masyarakat, termasuk calon mahasiswa dan stakeholder lainnya, dapat lebih memahami keunggulan IAIN Kudus. Selain publikasi melalui media sosial, humas juga memanfaatkan event kampus sebagai sarana membangun citra positif. Dalam event seperti media gathering dan kegiatan sosial, humas memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Upaya ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan kegiatan dalam bentuk video, infografis, dan berita yang dipublikasikan di media sosial kampus. Keberhasilan humas dalam menghadapi hambatan dan tantangan ini sangat bergantung pada strategi komunikasi yang efektif. Selain itu, diperlukan sinergi antara humas, pimpinan kampus, mahasiswa, dan seluruh elemen civitas akademika untuk bersama – sama mempromosikan keunggulan kampus. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan citra IAIN Kudus sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan dapat terus meningkat dan dikenal oleh masyarakat luas.

PEMBAHASAN

Artikel ini menunjukkan bahwa strategi kehumasan yang diterapkan oleh IAIN Kudus dalam membangun citra positif institusi melibatkan dua aspek utama, yaitu strategi internal dan eksternal. Kedua strategi ini berperan penting dalam memperkenalkan IAIN Kudus sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan kepada masyarakat luas. Pada aspek internal, humas fokus pada pengelolaan citra kampus dari dalam, termasuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan situs web resmi untuk mempublikasikan capaian akademik, kegiatan mahasiswa, serta promosi program studi. Konten yang ditampilkan bertujuan menonjolkan keunggulan kampus dan menggambarkan suasana akademik yang positif. Selain itu, humas memastikan kualitas fasilitas pendidikan terjaga dengan baik sebelum melakukan promosi eksternal.

Strategi internal ini penting untuk menciptakan harmonisasi antara citra yang ditampilkan kepada publik dan kondisi sebenarnya di dalam kampus. Pada aspek eksternal, humas IAIN Kudus menjalankan berbagai aktivitas untuk memperluas jangkauan komunikasi dengan masyarakat. Aktivitas ini mencakup publikasi melalui media sosial, kerja sama dengan media massa, penyelenggaraan acara seperti wisuda dan seminar, serta penguatan identitas korporat melalui penggunaan logo, warna, dan slogan yang konsisten. Publikasi digital menjadi sarana utama dalam menjangkau generasi muda, terutama Gen Z, yang aktif di platform digital. Penyelenggaraan acara kampus juga dimanfaatkan sebagai sarana membangun

hubungan dengan media dan masyarakat, sementara kerja sama dengan media massa meskipun masih bersifat informal, menjadi langkah awal dalam memperluas jaringan komunikasi eksternal. Namun, penelitian ini menemukan bahwa strategi humas IAIN Kudus masih cenderung berfokus pada aspek publikasi dan dokumentasi, sehingga belum sepenuhnya berhasil mengarahkan citra kampus pada konsep Ilmu Islam Terapan yang diusung.

Penelitian ini relevan dengan temuan Amalia (2020) yang menyoroti pentingnya strategi komunikasi terencana dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap perguruan tinggi. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi, sebagaimana dijelaskan oleh Wulansari et al. (2023), menunjukkan bahwa teknologi digital merupakan sarana efektif dalam menyampaikan pesan institusi. Namun, IAIN Kudus belum sepenuhnya memaksimalkan potensi media digital untuk mensosialisasikan Ilmu Islam Terapan, sehingga diperlukan kampanye komunikasi yang lebih kreatif dan inovatif. Penguatan identitas korporat juga menjadi poin penting, sebagaimana diungkapkan oleh Ratnasari et al. (2018), karena elemen ini berkontribusi signifikan dalam membangun citra institusi.

Artikel ini juga menyoroti keterbatasan sumber daya manusia (SDM) di tim humas IAIN Kudus sebagai tantangan utama. Dengan hanya tiga personel, humas sering kewalahan mengelola berbagai aktivitas komunikasi. Kondisi ini memperkuat temuan Munir (2023) yang menyatakan bahwa keterbatasan SDM menjadi hambatan dalam pelaksanaan strategi kehumasan yang efektif. Dukungan institusi untuk meningkatkan kapasitas SDM, baik melalui pelatihan maupun penambahan personel, sangat diperlukan agar strategi komunikasi dapat dijalankan lebih optimal. Selain itu, komunikasi internal yang solid, sebagaimana disoroti oleh Mardiyah et al. (2023), menjadi landasan penting dalam membangun citra positif yang autentik. Meskipun strategi yang dijalankan oleh humas IAIN Kudus sudah menunjukkan dampak positif, penelitian ini mengidentifikasi kebutuhan untuk mengevaluasi dampak dari strategi tersebut terhadap persepsi masyarakat. Langkah ini penting untuk memahami sejauh mana upaya yang dilakukan telah berhasil menciptakan citra positif institusi. Dengan optimalisasi strategi kehumasan yang melibatkan inovasi digital, penguatan kolaborasi dengan media massa, serta pengelolaan komunikasi yang terencana, IAIN Kudus memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan yang unggul di tingkat nasional. Artikel ini memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman mengenai peran strategis humas dalam membangun citra institusi pendidikan tinggi, terutama di era digital yang menuntut adaptasi dan inovasi berkelanjutan.

KESIMPULAN

Artikel ini menunjukkan bahwa strategi kehumasan IAIN Kudus berperan penting dalam membangun citra positif sebagai kampus berbasis Ilmu Islam Terapan. Strategi ini terdiri dari dua aspek utama, yaitu internal dan eksternal. Pada aspek internal, humas memanfaatkan media sosial, website resmi, dan publikasi capaian akademik serta kegiatan mahasiswa untuk menciptakan citra positif. Selain itu, kualitas fasilitas kampus dijaga agar citra yang dipromosikan sesuai dengan kondisi nyata. Strategi ini menekankan pentingnya memperkuat kualitas internal sebelum menjangkau masyarakat luas. Pada aspek eksternal, humas memanfaatkan media digital, kerja sama dengan media massa, dan penyelenggaraan acara seperti seminar dan wisuda. Identitas korporat seperti logo, warna, dan slogan konsisten digunakan untuk memperkuat branding kampus. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi eksternal masih berfokus pada publikasi dan dokumentasi, sehingga belum

sepenuhnya optimal dalam mempromosikan konsep Ilmu Islam Terapan. Penelitian ini menyoroti pentingnya optimalisasi media digital untuk menjangkau generasi muda dan perlunya dukungan institusi dalam meningkatkan kapasitas tim humas agar strategi komunikasi lebih efektif. Dengan inovasi kampanye digital dan penguatan strategi komunikasi, IAIN Kudus memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya di tingkat lokal dan nasional. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengukur dampak strategi kehumasan terhadap persepsi masyarakat, melakukan studi perbandingan antar institusi, serta mengeksplorasi peran teknologi modern seperti kecerdasan buatan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi humas di era digital.

REFERENSI

- Adha, S. T. N., & Rohimakumullah, M. A. A. (2022). Peran Humas dalam Menangani Krisis Citra Sistem OSS di Kementerian Investasi Indonesia. *Kaganga:Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 5(1), 35–41. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v5i1.3765>
- Amalia, V. (2020). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>
- Amin, M. S., Arifudin, D., Ikhsan, I., & Indriyani, R. (2024). Optimasi Media Digital dalam meningkatkan Citra Daya Tarik Kampus melalui Pelatihan Konten Kreatif Humas Universitas Amikom Purwokerto. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1293–1298. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4437>
- Ayu Sofi Syafitri, & Siti Sri Wulandari. (2024). Strategi Humas Melalui Literasi Digital untuk Meningkatkan Citra Positif SMK PGRI 2 Sidoarjo. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 47–55. <https://doi.org/10.58192/sidu.v3i3.2392>
- Buchori, A. (2019). Peran Dan Strategi Public Relation Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Pariwisata (Studi Kasus Di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta). *Jurnal Kepariwisataaan*, 13(1), 57–68. <http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataaan/article/view/76>
- Damayanti, P. (2021). Pengembangan Humas Efektif di Perguruan Tinggi. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 3(1), 6–11. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3113>
- Dipa, A. K., Hafiar, H., & Rahmat, A. (2023). Pemahaman Humas Lembaga Perguruan Tinggi Tentang Reputasi di Era Digital Public Relations. *Jurnal Audience*, 5(2), 209–225. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.6190>
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Harwinda, A., Pinariya, J. M., Putri, D. W., & Yunia, A. (2024). Kapabilitas Humas Perguruan Tinggi Di Jakarta Dalam Tata Kelola Komunikasi MBKM Saat Pandemi COVID–19. *Jurnal Lugas*, 7(1), 57–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/lugas.v8i1.3753>
- Iqbal, M. (2023). Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi. *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 2(2), 71–78. <https://doi.org/10.35912/jahidik.v2i2.1565>
- Mallappiang, N., Agustang, A., & Idkhan, A. M. (2021). Keberadaan Humas Dalam Menunjang Tridharma Perguruan Tinggi Universitas Indonesia Timur Makassar. *Journal Governance and Politics (JGP)*, 1(2), 134–148.
- Mardiyah, M., Ibnu Faruq Fauzi, M., F, H., Humaira, N., & Kisman, A. (2023). Peran

- Manajemen Humas Dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan. *An-Nadzir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(02), 135 – 144. <https://doi.org/10.55799/annadzir.v1i02.318>
- Matheos, M. (2018). Peran Humas Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Portal Akademik Bagi Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Oleh. *Jurnal Unsrat*.
- Mukhsinuddin, M., Tarmizi, T., Putra, R. S., & Furqan, M. (2021). Strategi Public Relations Dalam Membangun Daya Saing Dan Mutu Pendidikan Pada Perguruan Tinggi Di Aceh. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 11(4), 609. <https://doi.org/10.22373/jm.v11i4.11098>
- Munir, A. (2023). Efektivitas Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pendidikan Universitas Islam Negeri Ar–Raniry Banda Aceh. *Intelektualita*, 12(1), 145 – 159. <https://doi.org/10.22373/ji.v12i1.18110>
- Muslim A. Kadir. (2003). *Ilmu Islam Terapan: Menggagas Paradigma Amali dalam Agama Islam*. Pustaka Pelajar.
- Nento, K., & Masruri, A. (2020). Optimalisasi Penggunaan Website Sebagai Media Publikasi Informasi Sekolah SMK Koperasi Yogyakarta. *JTII*, 5(2), 87 – 98.
- Pratiwi, H. A. (2011). Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi. *Deiksis*, 3(1), 50 – 62. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v3i01.414>
- Primadini, I., Heriyanto, A., Tehillah, N., S. C. P, K. T. A., & Angelia, C. R. (2022). Peran public relations di perguruan tinggi: teknis atau manajerial? *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2 SE – Articles), 139 – 157. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/4495>
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458 – 467. <https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Ratnasari, E., Rahmat, A., & Prastowo, F. A. A. (2018). Peran Humas Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.14034>
- Salamah, N., Nugroho, M. A., & Nugroho, P. (2020). Upaya Menyemai Moderasi Beragama Mahasiswa IAIN Kudus melalui Paradigma Ilmu Islam Terapan. *Quality*, 8(2), 269. <https://doi.org/10.21043/quality.v8i2.7517>
- Syukri, & Sumarni. (2020). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (JKO)*, 2(1), 43 – 52. <https://doi.org/https://doi.org/10.26644/jko.v2i1.6064>
- Teguh Hidayatul Rachmad. (2015). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Timur. *Komunikasi*, 9, 21 – 40. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/ilkom.v9i1.1149>
- Wulansari, N. L. T., Fitriana, K. N., Khotimah, N., Agustinova, D. E., & Satlita, L. (2023). Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Distraktif 4.0 dan Society 5.0: Tantangan dan Strategi. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 21 – 29. <https://doi.org/10.21831/socia.v20i1.61641>
- Yuarko, N. V., Wulandari, M. P., & Zulkarnain, Z. (2024). Implementasi Excellence Theory Of Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Efektif Pada Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN – BLU) Dan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN – BH). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 18326 – 18341. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.15383>