

**POLA KOMUNIKASI SOSIALISASI SUBSIDI KUOTA INTERNET  
KEPADA MAHASISWA  
(Studi Pada Sub Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Islam Negeri  
Ar- Raniry Banda Aceh)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**AUFAR FARIZI**

**NIM. 170401080**

**Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1443 H/ 2022 M**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

**AUFAR FARIZI  
NIM. 170401080**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Zainuddin T, S.Ag., M.Si.  
NIP. 197011042000031002**

**Azman, S.Sos.I, M.I.Kom  
NIP. 198307132015031004**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

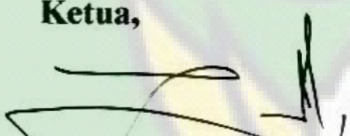
**Diajukan Oleh**

**AUFAR FARIZI  
NIM. 170401080**


**Senin, 18 Januari 2022**

**Di Darussalam, Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah**


**Ketua,**

  
**Zainuddin T, S.Ag., M.Si.**  
**NIP. 197011042000031002**

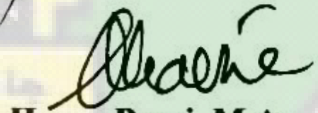
**Sekretaris,**

  
**Azman, S.Sos.I, M.I.Kom**  
**NIP. 198307132015031004**

**Anggota I,**

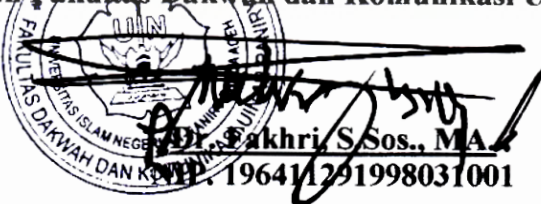
  
**Dr. Ade Irma, B.H.Sc. MA.**  
**NIP. 197309212000032004**

**Anggota II,**

  
**Hasan Basri, M.Ag.**  
**NIP. 196911221998031002**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**



  
**Dr. Sakhri, S.Sos., MA.**  
**NIP. 196411291998031001**

## PERNYATAAN KEASLIAAN

Dengan ini saya

Nama : AUFAR FARIZI

NIM : 170401080

Jenjang : Strata Satu ( S-1)

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 4 Januari 2021

Yang Menyatakan,



AUFAR FARIZI

NIM.170401080

## KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن الله بسم

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna. Dengan izin Allah SWT, berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul ” **“Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet kepada Mahasiswa (studi pada sub bagian humas UIN Ar-Raniry)”**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Yang teristimewa, untuk kedua orang tua tercinta, Alm. Ayah Martizan Zakaria dan ibunda tersayang Linda Nora yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, juga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat serta dukungannya sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Begitu juga om Zikri fuad, dan kepada keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Prof. Dr. H. Warul Walidin AK. MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry. Dan juga Ayahanda Warek III yang selalu memberikan dukungan dan arahan dalam setiap pengerjaan skripsi ini.
3. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.Lis selaku Wakil Dekan I, Zainuddin T. M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Azman S.Sos.I M.I.Kom dan Sekretaris Prodi Ibu Hanifah, S.Sos.I, M.Ag
5. Bapak Fairuz S.Ag, MA selaku Penasihat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat bagi penulis selama proses perkuliahan.
6. Pembimbing I Zainuddin T. M.Si. yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang baik kepada penulis. Bapak Azman S.Sos.I M.Ikom Sebagai pembimbing II yang selalu memberikan semangat dan arahan bagi penulis sehingga penulis mudah dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Para dosen dan asisten dosen, serta pegawai di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Sahabat-Sahabat Angkatan 2017, Refanda Akbar, MHD Afdha, Mulia Akbar, Rianza Alfandi, Teuku Isra, Akmal, Rahmatullah, Fahmizal,



Iskandar, Nadhatulul Shofa, Kurniawati, Syarafina, Arina, dan Ferolika Bella yang banyak bantu dalam proses pengerjaan skripsi ini,. Dan terkhusus kawan kawan Catatan Sahabat, Afdha, Ikhsan, Jaden, M.Farhan, Asrul Sani, Hoeni Noer yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses peneliti menyelesaikan skripsi ini

9. Kepada Sahabat Baik, Salsabilla Afifah Khansa yang telah menemani saya menyelesaikan skripsi tepat waktu.
10. Kepada bang Aljawahir S.Sos yang juga banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Rasa terimakasih kepada seluruh kawan-kawan pengurus HPM-KPI dan Juga keluarga besar Dewan Eksekutif Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh Kabinet Integritas, dan juga segenapan DPH yang selalu mendukung peneliti menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 3 Januari 2022  
Penulis,

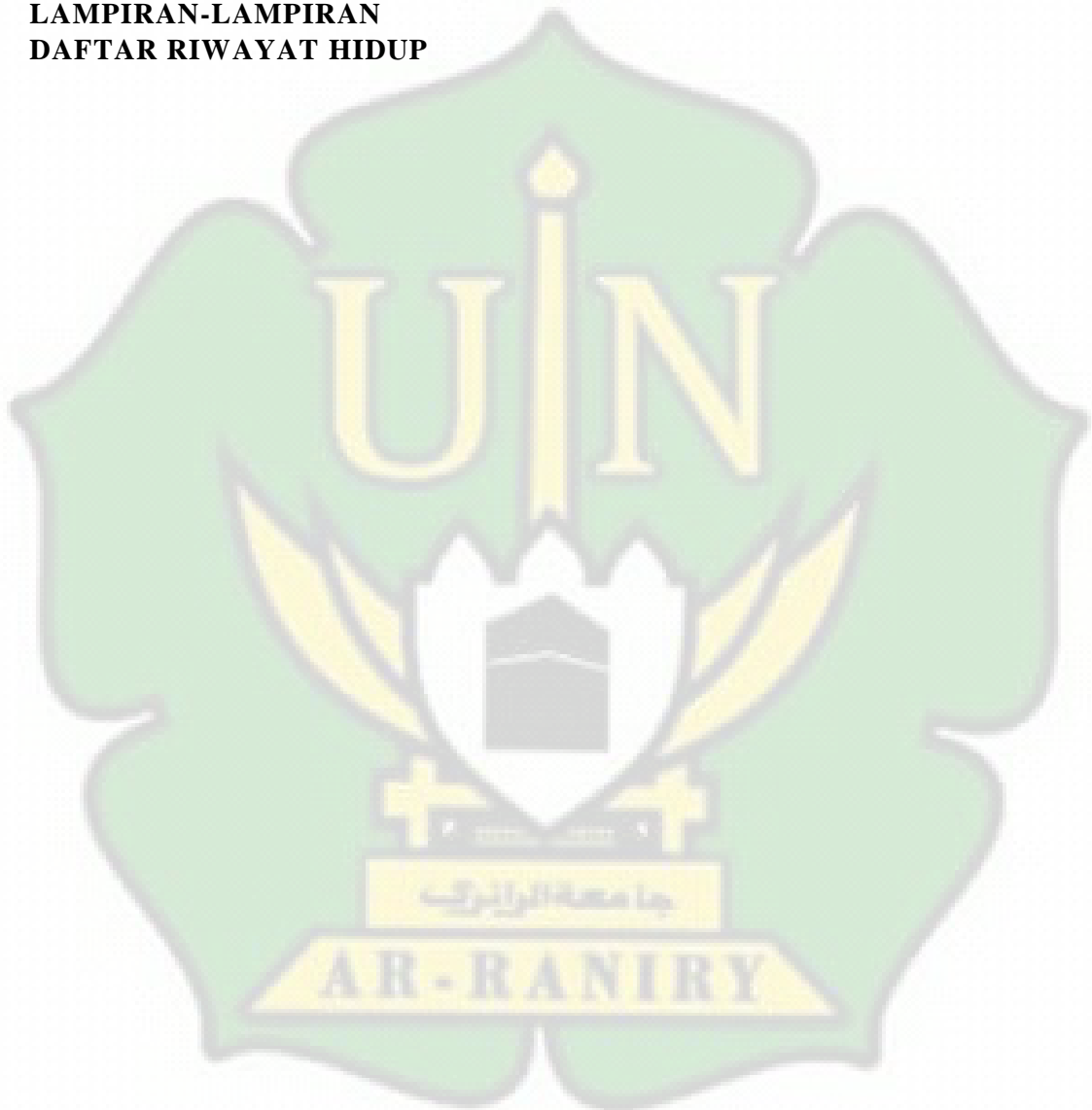
Aufar Farizi

## DAFTAR ISI

<b>LEMBER PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Operasional.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Pola Komunikasi.....	12
C. Hambatan-Hambatan Komunikasi.....	20
D. Humas.....	21
E. Sosialisasi.....	25
F. Pemamfaatan Internet Untuk Belajar.....	28
G. Komunikasi Organisasi.....	29
H. Teori Yang Digunakan.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Fokus dan Jenis Penelitian.....	38
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
C. Informan Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Teknik Analisis Data.....	43
F. Teknik Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49
1. Profil UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	49
2. Visi dan Misi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	52
3. Struktur Organisasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	69
B. Pola Komunikasi Sosialisasi Yang digunakan Oleh Humas UIN Ar-Raniry Dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet Kepada Mahasiswa UIN Ar-Raniry.....	54
C. Hambatan Yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry Dalam Mensosialisasikan Subsidi Kuota Kepada Mahasiswa.....	61



<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Formula Laswell.....	16
Gambar 1.2 Proses Komunikasi Sirkuler.....	19
Gambar 1.3 Struktur Organisasi UIN Ar-Raniry. ....	54
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> Postingan Instagram UIN Ar-Raniry.....	58
Gambar 1.5 <i>Screenshot</i> Portal mahasiswa.....	59
Gambar 1.6 <i>Screenshot</i> postingan web UIN Ar-Raniry.. ....	61
Gambar 1.7 <i>Screenshot</i> postingan media sosial SumberPost.. ....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Surat keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi .....	78
Surat Permohonan Penelitian.....	79
Surat Balasan Penelitian .....	80
Daftar Riwayat Hidup. ....	81



## ABSTRAK

Pola komunikasi adalah model seseorang dalam berkomunikasi, dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan berbagai proses komunikasi akan dapat ditemukan pola komunikasi yang cocok untuk menyampaikan pesan komunikasi. Penelitian ini mengkaji tentang **“Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet kepada Mahasiswa (studi pada sub bagian humas UIN Ar-Raniry)**. Hubungan masyarakat atau yang disingkat dengan Humas yang merupakan salah satu unit kerja, dinas dan instansi yang bertugas melakukan kegiatan komunikasi yang berhubungan langsung dengan masyarakat khususnya dalam hal penyebaran informasi. Demikian halnya juga dengan Humas UIN Ar-Raniry yang merupakan unit kerja di UIN Ar-Raniry yang bertugas menjalankan penyebaran informasi kepada publik. Kota internet merupakan aspek utama yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa dalam menjalankan perkuliahan dimasa pandemi *covid-19*. Namun penyediaan kuota tidak diterima dengan merata oleh mahasiswa UIN Ar-Raniry. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini ialah bagaimana pola komunikasi Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan subsidi kuota internet kepada mahasiswa dan bagaimana hambatan-hambatan komunikasi yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan subsidi kuota internet kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry. Tujuannya, penelitian ini untuk mengetahui pola komunikasi Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan subsidi kuota internet dan untuk mengetahui hambatan-hambatan komunikasi yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan subsidi kuota internet kepada mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik analisis data kualitatif. Dari hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi yang digunakan adalah pola komunikasi sekunder dimana Humas menggunakan sarana media dalam sosialisasi. Hambatan yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam sosialisasi meliputi beberapa faktor, faktor lingkungan, informasi yang tidak satu pintu, nomor Hp mahasiswa tidak aktif, minimnya mahasiswa yang mendapatkan informasi. Namun sebagian mahasiswa tidak mengikuti akun media sosial UIN Ar-Raniry sehingga tidak mendapatkan akses informasi penyediaan subsidi kuota internet.

**Kata Kunci: Pola Komunikasi, Sosialisasi, Subsidi Kuota internet**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi 4.0 saat ini, membuat perkembangan teknologi sangat berkembang pesat, hal ini membuat akses dalam mendapatkan suatu informasi menjadi sangat mudah. Perkembangan teknologi sangat berdampak pesat pada setiap lini kehidupan, proses penyebaran informasi sangat mudah tersebar sehingga memudahkan suatu lembaga dalam menyebarkan informasi.

Pola komunikasi sebagai salah satu landasan dalam melakukan tindakan merupakan perencanaan dalam setiap instansi. Apalagi suatu instansi yang berkaitan dengan sumber daya manusia, dalam membangun sumber daya manusia yang berkompeten, perlu adanya kebijakan yang tepat dalam pengambilan keputusan untuk mendapatkan hasil yang maksimal, setiap hasil kebijakan yang di putuskan oleh suatu pimpinan universita sangat memerlukan sosialisasi kepada mahasiswa untuk dijalankan dengan maksimal.

Hubungan masyarakat atau yang disingkat dengan Humas yang merupakan salah satu unit kerja, dinas dan instansi yang bertugas melakukan kegiatan komunikasi yang berhubungan langsung dengan masyarakat khususnya dalam hal penyebaran informasi. Humas juga mempunyai peran sangat penting dalam suatu instansi, bukan saja dalam hal membangun citra suatu instansi, namun juga dalam hal penyebaran informasi terhadap kebijakan yang di ambil oleh suatu instansi.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Renhald Kasali. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pustaka Utama. 1995), hal. 67

Demikian halnya dengan Humas di UIN Ar-Raniry Banda Aceh, segala tanggungjawab penyebaran informasi atas kebijakan yang diputuskan oleh pimpinan merupakan tugas utama yang harus disebar. Apalagi dimasa pandemi covid 19, penyebaran informasi sangat dibutuhkan oleh mahasiswa ditambah dengan mahasiswa harus menjalankan perkuliah secara daring di rumah sendiri.

Di era pandemi covid 19 sangat berdampak besar terhadap keberlangsung hidup, baik dari dampak ekonomi, sosial, bahkan dunia pendidikan. Wabah pandemi covid 19 sangat berdampak jelas bagi UIN Ar-Raniry, bahkan merujuk kepada Surat Edaran Rektor nomor: 474/Un.08/R/PP.00.9/09/2021 tentang penyelenggaraan pembelajaran pada semester ganjil tahun Akademik 2021/2022 bahwa seluruh Perkuliahan di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dilaksanakan dalam sistem pembelajaran daring. Hal ini, membuat mahasiswa harus beradaptasi dengan perkuliahan online.

Dalam sistem pembelajran online kualitas internet dan ketersediaan Kuota menjadi aspek utama dalam menjalankan perkuliahan yang mangsimal. UIN Ar-Raniry juga telah menyediakan subsidi Kuota kepada mahasiswa yang diperuntukan untuk melaksanakan perkuliahan.

Pemberian subsidi kuota sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan perkuliahan, apalagi dimasa pandemi covid-19 ini, semua akses perkuliahan sangatlah bergantung pada ketersediaan kuota internet, karena semua sistem pembelajaran telah dialihkan ke media pembelajaran melalui aplikasi, mulai dari zoom, google meet, google classroom, canvas dan lain sebagainya. Dan semua aplikasi sangat membutuhkan kuota untuk dapat menjalankan aplikasi tersebut.



UIN Ar-Raniry dalam mempersiapkan kegiatan perkuliahan yang maskimal dimasa pandemi covid juga mengadakan subsidi kuota kepada mahasiswa untuk kebutuhan perkuliahan online pada masa pandemi covid 19.

Proses penyebaran informasi terkait ketersediaan subsidi kuota sangat minim didapatkan oleh mahasiswa, informasi terkait pemberian subsidi kouta belajar hanya didapat mahasiswa melalui portal mahasiswa, namun banyak mahasiswa yang sangat jarang membuka portal sehingga informasi tidak tersampaikan kepada seluruh mahasiswa UIN Ar-Raniry.

Untuk mendapatkan subsidi kuota, mahasiswa hanya perlu memperbaharui nomor telpon pada portalnya masing-masing, untuk diberikan subsidi kuota tidak ada syarat apapun yang memberatkan mahasiswa untuk mendapatkan subsidi kuota.

Namun, subsidi kuota yang diberikan oleh pihak kampus tidak didapatkan secara merata oleh sebagian mahasiswa UIN Ar-Raniry, seperti yang dialami oleh Ikhsan salah satu mahasiswa angkatan 2017 Prodi Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dia mengaku tidak mengetahui adanya penyediaan subsidi kuota belajar, sehingga dia tidak mendapatkan subsidi kuota belajar.

Minimnya informasi yang didapatkan sebagian mahasiswa menjadi alasan mengapa tidak meratanya pemberian subsidi kuota kepada mahasiswa, bahkan banyak sekali mahasiswa tidak mengetahui kapan jadwal pemberian subsidi kouta, secara tiba-tiba kuota belajar telah masuk kepada sebagian mahasiswa.

Selain itu, tidak ada satupun media sosial UIN Ar-Raniry yang menyebarkan informasi terkait jadwal penyediaan subsidi kuota belajar untuk mahasiswa oleh pihak kampus, baik itu media sosial seperti Instagram, Facebook, Website, dan media lainnya, sehingga informasi terkait penyediaan kuota tidak diterima oleh mahasiswa, yang menyebabkan ada sebagian mahasiswa UIN Ar-Raniry tidak merasakan subsidi kuota yang disediakan, sehingga membuat mahasiswa harus membeli kuota menggunakan uang pribadinya untuk mengikuti perkuliahan daring.

Berdasarkan fenomena- fenomena di atas, untuk menelaah lebih lanjut keadaan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“POLA KOMUNIKASI SOSIALISASI SUBSIDI KUOTA INTERNET KEPADA MAHASISWA (Studi Pada Sub Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh)”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikann di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pola komunikasi Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasi subsidi kouta internet kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry.?
2. Bagaimana hambatan-hambatan komunikasi yang dialami Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasi subsidi kouta internet kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry dalam sosialisasi pemberian subsidi kouta kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry.
2. Untuk Mengetahui bagaimana hambatan-hambatan komunikasi yang dialami Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasi subsidi kouta internet kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu, dapat berguna bagi semua pihak terutama bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun hasilnya dapat bermanfaat dan berguna sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan berguna untuk mengasah ketejaman analisis penulis dalam penerapan teori yang dipelajari selama masa perkuliahan kedalam kegiatan penelitian.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermamfaat secara praktis sebagai masukan kepada pimpianan, kususnya Rekrot dalam menjamin kesejahteraan mahasiswa dalam proses perkuliahan dimasa pandemi.

### 3. Manfaat Tioritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berkaitan pertama, sebagai bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi pembaca untuk lebih mengetahui pola komunikasi Humas UIN Ar-Raniry. Kedua, dapat menjadi rujukan atau referensi tambahan bagi para pembaca dalam penelitian tentang model komunikasi yang digunakan oleh pimpinan.

#### **E. Defenisi Oprasional**

##### **1. Pola Komunikasi dalam Humas**

Pola adalah bentuk dasar dalam melakukan suatu kegiatan baik dalam bentuk individual maupun kelompok. Pola sendiri memiliki pengertian bentuk dasar atau langkah-langkah untuk melakukan suatu bentuk komunikasi.<sup>2</sup>

Pola komunikasi adalah metode seseorang atau komunitas dalam melakukan atau menyampaikan suatu informasi.<sup>3</sup> Dalam suatu universitas penerapan pola komunikasi yang diterapkan oleh Humas sangatlah berpengaruh terhadap sosialisasi kebijakan yang diambil, penyebaran informasi sangatlah penting untuk mahasiswa sebagai objek kebijakan, sehingga mahasiswa bisa menjalankan dan memamfaatkan suatu kebijakan dengan baik.

---

<sup>2</sup> Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry. “*Kamus Ilmiah Populer*”, (Surabaya, Arkola, 1994), Hal.763.

<sup>3</sup> Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2002),Hal 96.

Berdasarkan teori komunikasi terdapat beberapa jenis pola komunikasi yaitu sebagai berikut:

a. Pola komunikasi primer

Pola komunikasi primer adalah suatu model penyampaian komunikasi oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang untuk menyampaikan informasi. Dalam pola komunikasi ini terdapat dua jenis lambang, lambang verbal dan nonverbal.

Lambang verbal adalah komunikasi yang disampaikan melalui bahasa atau kata-kata, sedangkan nonverbal adalah proses penyampaian informasi menggunakan bahasa isyarat.<sup>4</sup>

b. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi sekunder adalah suatu model penyampaian informasi menggunakan media seperti *website*, surat, dan lain sebagainya.<sup>5</sup>

c. Pola Komunikasi Linier

Pola komunikasi linier adalah suatu bentuk penyampaian informasi secara hirarki, dari tempat ketempat yang lain, atau suatu model komunikasi tatap muka (*face to face*).<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Onong Uchjiyana Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), Hal 14.

<sup>5</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hal.42

<sup>6</sup> Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, Hal.137

#### d. Pola Komunikasi Sirkuler

Pola komunikasi sirkuler adalah pola penyampaian komunikasi oleh komunikator kepada komunikan, bahkan disisi lain komunikan bisa menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan lainnya.<sup>7</sup>

### 2. Humas Sebagai Wadah Membangun Citra Instansi

Humas merupakan fungsi manajemen penyebaran informasi dalam suatu organisasi ataupun instansi, semua instansi dituntut untuk memperhatikan kinerja Humas. Hal ini menandakan bahwa untuk menjalin hubungan baik yang saling menguntungkan antara instansi dengan publik. Humas adalah fungsi manajemen yang berfungsi membangun dan menyebarkan informasi yang bermamfaat kepada publik untuk mempengaruhi citra suatu instansi.<sup>8</sup>

### 3. Aktivitas Humas

Humas dituntut untuk memahami tindakan ataupun permasalahan yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, yang berpotensi memberi dampak yang tidak baik bagi instansi, karena itulah humas mempunyai tanggung jawab yang besar.

*Eksternal Relations* adalah salah satu bentuk kegiatan humas yang membantu masyarakat dalam mensosialisaikan kebijakan yang diambil untuk menentukan kepuasan atas hasil kebijakan secara efektif. Selain itu *public affairs*

---

<sup>7</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hal.44

<sup>8</sup> Scott M Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Evective Public relations* (Jakarta: terjemahan, edisi kesembilan, Fajar Interpratama. 2006), hal. 6



merupakan bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan instansi dan komunikasi lokal dalam mempengaruhi kebijakan publik.<sup>9</sup>

#### 4. Komunikasi Organisasi

Menurut Wiryanto komunikasi organisasi adalah pengiriman atau penerima suatu informasi oleh satu kelompok baik kelompok formal maupun informal. Komunikasi formal adalah bentuk komunikasi yang dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dalam suatu organisasi, biasanya mengikuti arahan dari pimpinan. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama dan biasanya tidak mengikuti aturan-aturan yang baku.<sup>10</sup>

Seperti halnya kebijakan yang dikeluarkan oleh suatu pimpinan universitas dalam memberikan subsidi kouta yang harus mengikuti arahan dari kementerian terkait untuk merealisasikan pemberian subsidi kouta untuk mahasiswa dalam menjalankan proses perkuliahan dari dimasa pandemi covid 19.

---

<sup>9</sup> Scott M Cutlip, Allen H. Center, Glen M.Broom, *Effective Public relations* (Jakarta: Terjemahan, Edisi kesembilan, Fajar Interpratama Offset. 2006), Hal 11-25.

<sup>10</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : Grasindo, 2011), Hal.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu diperlukan untuk mengetahui hasil pemaparan dan juga relevansi penelitian dengan penelitian sebelumnya yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lainnya, dalam menelusuri permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti melihat beberapa kajian yang ada kaitannya dengan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Herbianto Firman Juba yang berjudul “*Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial*” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Pemkot Madiun dalam Menyosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial dengan menggunakan teori perencanaan strategi lima langkah, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Kemudian hambatan yang ditemui Humas Pemkot Madiun saat mengelola akun media sosial yaitu waktu, perbedaan pendapat wartawan Humas Pemkot dan narasumber berita, dan komentar negatif dari netizen. Hal ini menunjukkan bahwa pemamfaatan media sosial yang efektif sangat diperlukan agar informasi dapat diterima oleh semua kalangan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada strategi yang digunakan yaitu, strategi sosialisasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti tulis yaitu, penulis

memfokuskan pada sosialisasi pemberian subsidi kuota, sedangkan penelitian ini memfokuskan pada sosialisasi program kerja Pemkot Madiun.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faishal Rahman yang berjudul “Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Sosialisasi Keistimewaan Yogyakarta di Bidang Kebudayaan kepada Masyarakat”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan untuk mensosialisasikan Keistimewaan Yogyakarta di bidang kebudayaan kepada masyarakat adalah komunikasi langsung secara tatap muka. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan berupa kegiatan sarasehan dan penyuluhan. Selain itu, strategi komunikasi skunder untuk mendukung strategi dilakukan melalui komunikasi melalui media. Media yang digunakan antara lain adalah media cetak, media elektronik, poster dan melalui internet. Hal ini menunjukkan bahwa di era melenial seperti sekarang ini media sosial sangat efektif untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada strategi yang digunakan yaitu, strategi sosialisasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti tulis yaitu, penulis memfokuskan pada pola komunikasi Humas dalam sosialisasi pemberian subsidi kuota untuk Mahasiswa, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faishal Rahman ada sosialisasi budaya daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yetri Agrisa yang berjudul “Efektivitas Komunikasi Humas Iain Bengkulu Pada Pengetahuan Mahasiswa Tentang Protokol Kesehatan Dimasa Covid-19”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi Humas IAIN Bengkulu efektif memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang protokol kesehatan dimasa COVID-19. Hal ini dibuktikan oleh data Hasil analisis data penelitian serta pengujian hipotesis efektivitas komunikasi dan pengetahuan mahasiswa pada uji t analisis regresi linier sederhana t hitung sebesar 13.095 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 pada taraf signifikansi 5%. dan  $df=n1=91$ . Maka diperoleh t tabel= 1.661 maka secara statistik dikatakan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  yang artinya komunikasi Humas IAIN Bengkulu Efektif. Artinya, penyampain komunikasi efektif yang dilakukan oleh Humas bisa tersampaikan kepada mahasiswa, sehingga mahasiswa mampu menerapkannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti tulis terletak pada objek penelitiaannya, yaitu Humas di Universitas masing-masing. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti tulis terletak pada motode penelitaan yang digunakan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.

## **B. Pola Komunikasi**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan kebutuhan menadasar bagi setiap individu manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat berhubungan satu sama lainnya,

mulai ditempat kerja, pasar, tempat wisata, dirumah, dan didalam masyarakat dimana saja manusia berinteraksi. Manusia sangat membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dengan orang lain. Perkembangan zaman sangat ditentukan oleh komunikasi yang efektif, manusia mampu membuat bahan teknologi juga disebabkan oleh komunikasi.

Di era teknologi seperti sekarang ini, proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia sangatlah beragam, untuk berkomunikasi jarak jauh saja sekarang manusia hanya menggunakan telepon untuk menghubungi lawan bicaranya. Perkembangan media komunikasi sangat membuat perubahan. Proses penyebaran sangat cepat menyebar keseluruh pelosok dunia.

Komunikasi jika dilihat dari etimologi (bahasa) dapat dibagi menjadi beberapa kata, diantaranya “*communicare*” yang artinya berpartisipasi atau menginformasikan, *Communis opinion* yang berarti pendapat umum.<sup>11</sup> Raymond S. Ross dikutip dari buku Deddy Mulyana dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar mengatakan bahwa “ komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin yang itu *communis* yang berarti membuat sama.<sup>12</sup> Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi atau pesan supaya mencapai kesamaan pandangan antara komunikator dengan komunikan.

---

<sup>11</sup> Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007) Hal. 27

<sup>12</sup> Deddy mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) Hal. 46

Sedangkan secara terminologi beberapa ahli mendefinisikan, menurut Hovland komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Laswell komunikasi merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* artinya siapa mengatakan apa kepada siapa melalui media apa untuk siapa dan apa efeknya.<sup>14</sup> Selain itu John B.Hoben mengatakan bahwa komunikasi adalah pertukaran perkataan, pikiran atau gagasan.<sup>15</sup>

Dari pengertian yang telah dijabarkan oleh beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikasi kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan untuk saling bertukar informasi, supaya tersampaikan pesan kepada komunikan.

## **2. Pengertian Pola Komunikasi**

Pola merupakan suatu sistem atau cara kerja sesuatu yang memiliki bentuk dan struktur. Ditengah masyarakat, komunikasi biasanya berpola dalam bentuk-bentuk dan fungsi tuturan bahasa dan isi komunikasi yang disampaikan. Komunikasi berpola dengan mengikuti peran tertentu dan kelompok tertentu ditengah masyarakat, tingkat pendidikan, wilayah geografis, dan ciri-ciri

---

<sup>13</sup> Dr. Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) Hal. 4

<sup>14</sup> Dr. Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) Hal. 69

<sup>15</sup> Dedyulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) Hal. 61



organisasi sosial lainnya. Pada tingkatan individu, komunikasi berpola pada ekspresi dan interaksi kepribadian.<sup>16</sup>

Pola komunikasi adalah model seseorang dalam berkomunikasi, dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan berbagai proses komunikasi akan dapat ditemukan pola komunikasi yang cocok untuk menyampaikan pesan komunikasi. Proses komunikasi tidak bisa terlepas dari pola komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan bagian dari aktivitas dalam menyampaikan pesan komunikasi sehingga diperoleh *feedback* dari komunikan. Dari proses komunikasi maka akan timbul pola, model, bentuk dan hal lain yang berkaitan dengan proses komunikasi.

Ada beberapa pola komunikasi menurut Canggara<sup>17</sup>, yaitu :

**a. Pola Komunikasi Primer**

Pola komunikasi primer adalah proses penyampaian pesan komunikasi melalui *symbol*, lambang, *icon* sebagai media atau saluran informasi. Dalam komunikasi primer terbagi menjadi dua lambang, yaitu lambang verbal dan lambang nonverbal.

Lambang verbal adalah penggunaan bahasa untuk menyampaikan pesan komunikasi yang sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan semua pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Sedangkan lambang nonverbal adalah lambang yang

---

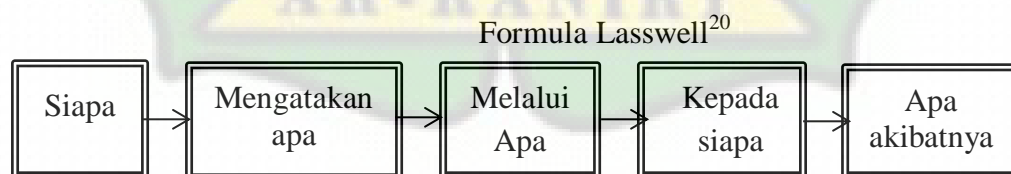
<sup>16</sup> AW Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), Hal. 33.

<sup>17</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), Hal. 25.

digunakan untuk berkomunikasi selain menggunakan bahasa, bisa berupa isyarat atau bahasa tubuh lainnya. Selain bahasa tubuh gambar juga sebagai lambang komunikasi nonverbal, dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif.<sup>18</sup>

#### b. Pola Komunikasi Skunder

Pola komunikasi skunder adalah proses penyampain pesan komunikasi oleh komunikator kepada komunikan melalui sarana sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua karena mejadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi skunder, semakain lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih di era globalisasi sekarang. Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.<sup>19</sup>



Gambar 1.1

<sup>18</sup> Onong Uchjiyana Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), Hal.11-14.

<sup>19</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hal. 42

<sup>20</sup> Ibid., Hal.40

Bila memperhatikan formula komunikasi Lasswell, proses komunikasi mempunyai efek yang dapat mempengaruhi publik, sehingga mengabaikan faktor umpan balik dan efeknya. Ada lima unsur yang harus dibahas dalam formula Lasswell, yaitu siapa, mengatakan apa, kepada siapa, melalui apa, apa akibatnya. Dengan adanya faktor-faktor tersebut, memberi pengertian bahwa proses komunikasi ini menyangkut siapa, yaitu siapa yang menyampaikan pesan atau memberikan informasi yang berarti komunikator.<sup>21</sup>

Model komunikasi yang menggunakan pola ini adalah komunikasi massa, karena komunikasi massa merupakan komunikasi yang mengutamakan saluran atau media untuk menyampaikan pesan komunikasi, selain itu, komunikasi yang bermedia, baik media cetak, media online, maupun media elektronik sangat cocok menggunakan pola komunikasi ini, karena pola komunikasi ini menggunakan saluran atau media. Dalam komunikasi organisasi, pola penjuror merupakan bagian dari pola komunikasi skunder, karena dapat menarpakan komunikasi yang sifatnya terbuka, sehingga dapat dengan mudah melakukan komunikasi dengan berbagai bagian dalam organisasi.<sup>22</sup>

### **c . Pola Komunikasi Linier**

Pola komunikasi linier merupakan proses komunikasi secara lurus, dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti komunikator sebagai penyampai pesan kepada komunikan sebagai titik utama.

---

<sup>21</sup> Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, Hal.136-137

<sup>22</sup> Onong Uchjiyana Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hal.35.

Proses komunikasi linier biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tapi adakalanya komunikasi ini melakukan media. Dalam proses komunikasi ini, pesan komunikasi akan tersampaikan secara efektif apabila adanya perencanaan sebelum melakukan komunikasi.

Menurut perspektif transmisi komunikasi sebagai suatu pengalihan informasi dari komunikator kepada komunikan. Perspektif transmisi memberikan tekanan pada peran media serta waktu yang digunakan dalam menyalurkan informasi. Model komunikasi linier yang digunakan disini bergerak dari satu titik ke titik lainnya.<sup>23</sup> Memang harus diakui, pada prakteknya pola komunikasi linier hanya pada komunikasi menggunakan media, namun bisa juga pola komunikasi ini digunakan pada komunikasi tatap muka.

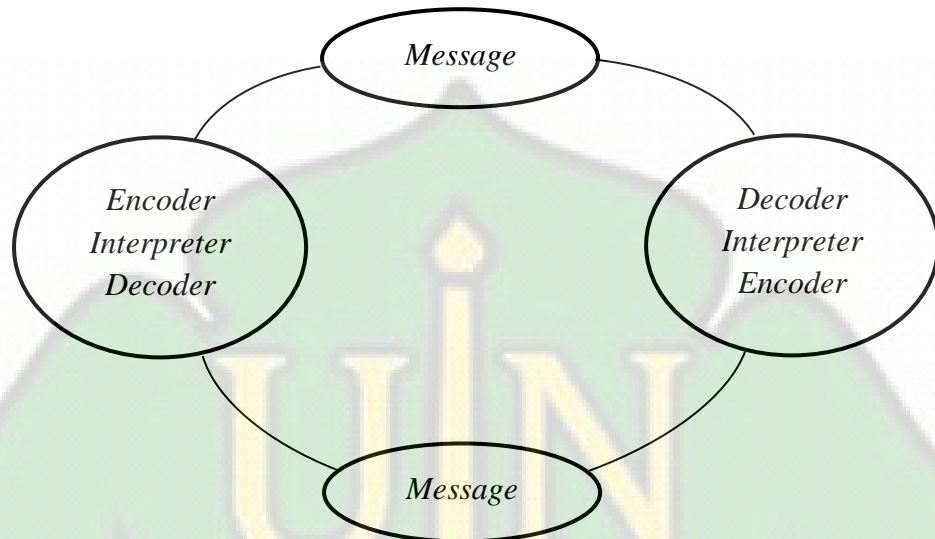
#### **d. Pola Komunikasi Sirkuler**

Pola komunikasi sirkuler merupakan pola komunikasi yang digunakan untuk menggambarkan proses komunikasi. Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar, atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

---

<sup>23</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi.*, Hal.51.

Osgood dan Schramm menggambarkan proses komunikasi sirkuler pada peran sumber dan penerima pesan sebagai pelaku komunikasi.<sup>24</sup>



Gambar 1.2

Pada tahap awal, sumber berfungsi sebagai encoder dan penerima sebagai decoder. Tetapi pada tahap berikutnya penerima berfungsi sebagai encoder dan sumber sebagai decoder, dengan kata lain sumber pertama akan menjadi penerima kedua dan penerima pertama akan berfungsi sebagai sumber kedua, dan seterusnya.

### C. Hambatan – Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah suatu penghalang atau hal hal yang dapat menghambat proses penyampaian pesan komunikasi. Hambatan komunikasi

---

<sup>24</sup> Ibid, Hal.43

menurut Chaney dan Martin ialah segala sesuatu yang menjadi penghalang (*noise*) tercapainya komunikasi yang efektif.<sup>25</sup>

Hikakat komunikasi sebagai suatu sistem, komunikasi bisa terjadi pada semua elemen atau faktor-faktor yang mendukungnya, termasuk faktor sosial masyarakat dan lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Shannnom dan Weaver mengatakan bahwa gangguan komunikasi terjadi jika pendapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak berjalan secara efektif. Sedangkan hambatan komunikasi yang dimaksud adalah adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak berjalan sebagaimana yang diinginkan komunikator dan komunikan.<sup>26</sup>

## **D. Humas**

### **1. Pengertian Humas**

Humas atau lebih dikenal dengan hubungan masyarakat adalah suatu proses komunikasi dua arah anatar suatu organisasi atau instansi dengan khalayak umum, baik internal maupun eksternal, dalam rangka menunjang tujuan atau manajemen organisasi. Kebanyakan instansi memiliki humas tersendiri dalam menunjang citra instansi, yang juga berkerja sebagai penyampai informasi kepada publik<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> Hendra Riofita. *Komunikasi Bisnis*. Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra. 2016. Hal. 75

<sup>26</sup> Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu komunikasi*. Hal. 153

<sup>27</sup> Effendy, Onong Uchjana. 1991, *Hubungan Masyarakat suatu studi komunikologis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal.57



Humas merupakan mempunyai tanggung jawab dan fungsi manajem untuk memahami kepentingan publik, mengidentifikasi, menafsirkan, dan mensosialisasikan kebijakan dan program kerja berbagai instansi, serta melaksanakan serangkaian program yang tidak dapat diterima dan dijalankan dengan baik.<sup>28</sup> Humas membantu suatu organisasi untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan publik.

*Institut of Publik Relations* mengemukakan bahwa humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam menciptakan dan memelihara niat baik antara suatu organisasi dengan publik. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa untuk sosialisasi program atau kegiatan, dan berlangsung secara sistematis dan teratur. Kegiatan humas tidak bisa dilakukan secara sembarangan dan asal-asalan.<sup>29</sup>

## 2. Tujuan Humas

Tujuan humas menurut Stsinberg adalah untuk menciptakan opini publik tentang kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi yang bersangkutan. Menurut para ahli lain Marshall etal dalam *public administration* mengungkapkan bahawa tujuan humas ialah:<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Jefkins, Frank. 2003. *Public relations* edisi kelima. Jakarta: Erlangga. Hal. 257

<sup>29</sup> Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002). Hal. 2.

<sup>30</sup> Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003). Hal. 20-21

- a. Secara positif humas bertujuan untuk meningkatkan dan menambah dan citra suatu organisasi atau instansi.
- b. Secara definitif humas bertujuan untuk membela dari terhadap publik yang terindikasi memberi nilai negatif apabila diserang dan serangan itu bersifat menjatuhkan citra perusahaan.

Tondowidjojo merumuskan humas memiliki tugas khusus, yaitu:<sup>31</sup>

- c. Penasihat bagi semua pihak yang membutuhkan data, dan analisa yang dilakukannya
- d. Mengarahkan bawahannya
- e. Sebagai juru bicara atau konferensi press dan hal hal lain yang berhubungan dengan media
- f. Menyusun laporan untuk dipublikasi
- g. Menyebarkan informasi, pemasaran, dan prestasi lainnya.
- h. Meningkatkan komunikasi yang efektif
- i. Menyediakan sarana audio visual
- j. Membuat dokumentasi atau menyebarkan informasi lain sebagainya.

Dalam menjalankan tugasnya, tugas humas dibagi menjadi dua yaitu, tugas strategis dan tugas taktis. Tugas strategis adalah humas ikut dalam pengambilan keputusan yang diambil oleh instansi, sedangkan tugas taktis humas

---

<sup>31</sup> Muhammad Nasir, *Siapapun Bisa Jadi Humas*, (Tunas gemilang press,2011)Hal.68

adalah memberikan informasi kepada publik, dan menjalankan hubungan timbal balik dan memelihara citra instansi atau organisasi<sup>32</sup>

### 3. Fungsi Humas

Menurut F. Rachmadi fungsi humas adalah untuk mengembangkan dan manjain hubungan baik antara lembaga ayau instansi dengan publik, baik internal maupun ekdternal, dalam upaya menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik untuk menciptakan motivasi dan keterlibatan publik dalam upaya membanngun opini publik yang menguntungkan instansi.<sup>33</sup> Sedangkan menurut Cutlip dan Canfaield merumuskan fungsi utama hubungan masyarakat yaitu :

- a. Meningkatkan aktivitas manajemen pada tujuan organisasi atau instansi
- b. Menjaga hubungan yang harmonis organisasi dengan publik
- c. Melayani kepentingan publiknya dan memberikan saran kepada pimpinan untuk kepentingan organisasi
- d. Membentuk komunikasi dua arah secara timbal balik, mengatur dan membagikan segala informasi kepada publik, serta membangun citra positif instansi dimata publik.

---

<sup>32</sup> H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, ( Jakarta: Bumi Aksara , 2010) Hal.64

<sup>33</sup> F Rachmadi, *Publik Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992, Hal.21

- e. Menganalisa segala kesimpangannya informasi yang timbul akibat opini publik, persepsi, dan pandangan publik terhadap citra organisasi atau instansi.<sup>34</sup>

Menurut kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi utama humas adalah sebagai juru bicara organisasi, dan sebagai pengelurus segala opini publik yang dapat mengancam citra instansi, bahkan sebagai pembentuk opini publik untuk menciptakan citra instansi atau organisasi yang baik.

Rosady Ruslan mengatakan bahwa tugas pokok Humas adalah sebagai komunikator yang membantu mewujudkan tujuan dan sasaran bagi instansi pemerintah yang dan membentuk opini publik yang menguntungkan.<sup>35</sup>

Humas sangat mempunyai tanggungjawab penting untuk mewujudkan tujuan organisasi, Humas yang berfungsi dengan baik akan terciptanya opini publik yang positif yang dapat membangun citra instansi atau organisasi.

## **E. Sosialisasi**

### **1. Pengertian Sosialisasi**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia sosialisasi adalah suatu upaya memasyarakatkan sesuatu atau menjelaskan sehingga menjadi dikenal, dihayati, dipahami oleh masyarakat atau permasyarakatkan.<sup>36</sup> Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa diartikan sebagai proses interaksi dengan orang lain, tentang cara

---

<sup>34</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana, 2011), Hal. 659.

<sup>35</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public relations & Media Komunikasi konsepsi dan Aplikasi*, 2012, Hal. 343

<sup>36</sup> <http://kbbi.web.id/sosialisasi> di unduh pada tanggal 05 November 2021 pukul : 21.45

berpikir, bertindak, merasakan dimana semuanya itu merupakan konsep hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan soisal yang aktif. Soisalisasi adalah proses yang terus terjadi selama hidup kita berlangsung.<sup>37</sup>

Menurut Greenberg sosialisasi adalah suatu proses individu ditransformasi dari pihak luar untuk berpartisipasi sebagai anggota organisasi yang aktif. Sedangkan menurut Gibson sosialisasi ialah suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mengaktifkan tujuan organisasi dan individual.<sup>38</sup> Dalam proses sosialisasi akan terjadi perubahan dari individual yang semua diluar organisasi agar mampu berkerja secara aktif dalam menjalankan tujuan organisasi. Sosialisasi dapat digunakan untuk menginformasikan semua hal yang berhubungan dengan tujuan organisasi dan hal-hal lain yang menyangkut dengan organisasi atau instansi.

Sosialisasi adalah suatu proses interaksi dua arah, pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasikan suatu kegiatan atau informasi, dan pihak kedua sebagai pihak yang disosialisasikan. Diera teknoligi sekarang ini, proses sosialisai dilakukan melalui media, Sehingga pesan mudah dan cepat tersampaikan. Media sosialisasi mengandung norma-norma atau pengetahuan dari pihak sosialisasi kepada pihak yang disosialisasikan.

## **2. Bentuk-Bentuk Sosialisasi**

Aktivitas sosialisasi merupakan hal utama yang harus dilakukan sebelum dilaksanakan kebijakan. Sosialisasi sangat diperlukan sebagai media utama

---

<sup>37</sup> Joko suyanto, *Gender dan Sosialisasi*, (Jakarta: Nobel Edumedia), Hal.13.

<sup>38</sup> Edi Sutriyono, *Budaya Organisasi*,(Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2011)Hal.29

menyampaikan informasi kepada publik. Sosialisasi dapat dilaksanakan dengan berbagai macam bentuk kegiatan. Menurut Peter L. Barger merumuskan sosialisasi dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu, sosialisasi Primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi primer adalah sosialisasi yang diterima individu semenjak kecil. Pada tahap sosialisasi ini anak mulai mengenal keluarganya termasuk lingkungan hidupnya. Sedangkan sosialisasi Sekunder adalah sosialisasi lanjutan setelah melewati sosialisasi primer.

### 3. Media Sosialisasi

Media sosialisasi sangat berpengaruh dalam pembentukan kepribadian individu. Taufiq Rochman Dhoiri, menjelaskan bahwa ada beberapa media sosialisasi yaitu<sup>39</sup>:

#### a. Keluarga

Keluarga adalah media utama sosialisasi, untuk tahap awal individu akan mengenal lingkungan keluarganya.

#### b. Kelompok Bermain

Dalam istilah sosialisasi, kelompok bermain meliputi teman, tetangga, dan kerabat.

---

<sup>39</sup> Taufiq Rohman Dhoiri, dkk. 2007. *Sosiologi: Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat*. (Jakarta: Yudhistira, 2003). Hal. 55



### c. Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah merupakan laboratorium pendidikan untuk mendidik anak menjadi pribadi yang unggul.

### d. Lingkungan Kerja

Setelah menyelesaikan pembinaan karakter di lingkungan sekolah atau pendidikan, individu akan memasuki dunia kerja dimana pembentukan individual dibentuk. Pengaruh lingkungan kerja akan mempengaruhi kepribadian setiap individu.

### e. Media Massa

Media massa merupakan media penyampaian pesan komunikasi yang dapat dipergunakan untuk mensosialisasikan suatu program, kegiatan atau kebijakan yang ingin disampaikan kepada masyarakat atau publik sehingga dapat dijalankan sesuai dengan tujuan yang mensosialisasikan.

Dapat kita simpulkan dari pendapat diatas, bahwa kegiatan sosialisasi tidak dapat dipisahkan dengan media sosial sebagai saluran penyampaian pesan komunikasi. Media sosial merupakan alternatif yang dapat dilakukan untuk mensosialisasikan suatu kebijakan tau program yang ingin dijalankan oleh instansi. media sosialisasi adalah saluran penyebaran informasi baik secara langsung maupun tidak langsung . media sosialisasi langsung merupakan proses sosialisasi secara langsung dengan tatap muka kepada publik maupun tim kerja.

Sedangkan sosialisasi secara tidak langsung adalah proses sosialisasi menggunakan media sebagai saluran penyebaran informasi.

### **E. Pemanfaat Internet Untuk Belajar**

Pendidikan di masa lalu berpusat pada pendidik, yang mana pendidik merupakan satu-satunya sumber belajar bagi peserta didik. Namun sekarang teknologi semakin canggih khususnya di bidang pendidikan, sehingga disepakati internet sebagai media pembelajaran tidak hanya sebagai alat bantu akan tetapi sebagai sumber belajar dalam proses belajar mengajar.<sup>40</sup>

Pemanfaatan internet untuk belajar akan mempengaruhi kemampuan membaca seseorang, internet juga dapat meningkatkan kemampuan integrasi yang berbeda dari sumber informasi (Misalnya menghubungkan informasi dari yang berbeda halaman web dan evaluasi informasi dengan mengevaluasi kredibilitas rekomendasi di halaman web. Hal tersebut mengakibatkan sistem pembelajaran menjadi student center learning (pembelajaran yang berpusat pada siswa), sehingga pelajar khususnya mahasiswa dituntut untuk lebih aktif dalam mencari informasi, data atau bahan bacaan yang berkenaan dengan materi perkuliahan.

### **F. Komunikasi Organisasi**

#### **1. Pengertian Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerima berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal di suatu organisasi, apabila organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin

---

<sup>40</sup> Djamarah. Strategi Belajar Mengajar. (Jakarta: Rineka Cipta. 2010) Hal. 122

kompleks pula proses komunikasinya. Organisasi kecil yang anggotanya hanya tiga orang, proses komunikasi yang anggotanya seribu orang menjadi komunikasinya sangat kompleks.

Komunikasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada kepentingan organisasi, isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi, misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>41</sup>

## **2. Tujuan Komunikasi Organisasi**

Ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:

- a. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.
- b. Membagi informasi (information sharing) Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi

---

<sup>41</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2004), Hal. 54.

organisasi, sub organisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi

- c. Menyatakan perasaan dan emosi Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.
- d. Tindakan koordinasi. Bertujuan mengkoordinasi sebagai atau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi habis ke dalam bagian atau subbagian organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan organisasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.<sup>42</sup>

### **3. Hambatan-Hambatan Komunikasi Organisasi**

Hambatan-hambatan komunikasi organisasi atau gangguan berkomunikasi adalah pengaruh dari “dalam” maupun dari “luar” individu atau lingkungan yang “merusak” aliran atau isi pesan yang dikirimkan atau yang diterima. Hambatan komunikasi dalam organisasi antara lain:

- a. Penyaringan informasi komunikator memanipulasi informasi sedemikian rupa yang membuat penerima lebih tertarik atas informasi yang hendak dikirimkan.
- b. Persepsi selektif komunikan sering kali bersikap tertentu kepada informasi sesuai dengan persepsi-seleksinya atas informasi yang diterima.

---

<sup>42</sup> Arni Muhammad, Komunikasi Organisasi (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), Hal. 372.

- c. Emosi dua pihak yang berkomunikasi berada dalam suasana emosi yang tidak memungkinkan pengiriman dan penerimaan informasi, akibatnya menyulitkan kontak dan pemberian makna atas pesan.
- d. Bahasa dua pihak menggunakan bahasa yang berbeda, konsep atau istilah yang berbeda, sehingga menyulitkan pemahaman atas informasi.
- e. Tanda-tanda nonverbal perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan membuat dua pihak tidak dapat memahami bahasa isyarat, bahasa jarak dan ruang, kinesik, aksesoris yang mereka gunakan sebagai pesan.<sup>43</sup>

#### **4. Jaringan Komunikasi organisasi**

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu, sejumlah orang tersebut saling bertukar pesan dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui jalan tertentu yang disebut dengan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya di antara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga di antara keseluruhan orang dalam organisasi. Menurut Muhammad jaringan komunikasi organisasi terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Jaringan Komunikasi Formal Pesan yang mengalir melalui jalan resmi dan ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan, maka pesan tersebut merupakan jaringan

---

<sup>43</sup> Irene Silviani. MSP. *Komunikasi Organisasi*. (Surabaya: PT. Socfindo Media Pustaka, 2020) Hal. 67

komunikasi formal. Terdapat tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti garis komunikasi yaitu komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, dan komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Pesan yang mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan merupakan pesan dalam jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horizontal.

- b. Jaringan Komunikasi Informal Jaringan komunikasi informal terbentuk tanpa memperhatikan struktur organisasi atas ke bawah, bawah ke atas dan horizontal. Ada enam fungsi jaringan komunikasi informal, yakni memberikan konfirmasi atau penjelasan tambahan, memperluas pesan, mencatat informasi, mempertentangkan informasi, membagi informasi lebih luas dan melengkapi.



## G. Teori Yang digunakan

### 1. Boundary Spanning Theory

Boundary Spanning Theory merupakan salah satu ciri dari sifat organisasi yang merupakan sistem terbuka<sup>44</sup>. Sistem terbuka disini adalah terdapatnya interaksi antara organisasi dengan lingkungannya untuk melakukan monitoring, seleksi, dan menghimpun informasi. Hal tersebut didasarkan pada pendapat Heath yang mengatakan bahwa “organisasi tidak dapat bergantung hanya pada proses dan interaksi internal seperti yang dilakukan sistem tertutup. Organisasi harus berinteraksi dengan kelompok lainnya.”<sup>45</sup>

Kriyantono menyebutkan beberapa aktivitas pelaksanaan fungsi boundary spanning yang dapat dilakukan oleh praktisi public relations, yaitu<sup>46</sup>:

- a. Menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publik (lingkungannya).
- b. Memonitor lingkungannya sehingga mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi dan membantu manajemen merespon isu-isu tersebut melalui aktivitas isu manajemen.
- c. Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya.

---

<sup>44</sup> Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2010) Hal.47

<sup>45</sup> Ibid.Hal.88

<sup>46</sup> Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri.2014)Hal.88

Teori ini menuntun suatu instansi untuk selalu menjalankan keterbukaan informasi kepada publik, demikiaanya dengan Humas mempunyai tanggung jawab yang besar untuk menyebarkan informasi kepada publik dan menjamin tercapainya informasi kepada publik. Maka disini penulis menilai teori Boundary Spanning ini cocok digunakan untuk penelitian ini karna humas mempunyai tanggung jawab dalam sosialisasi pemberian subsidi kouta internet untuk mahasiswa.

## **2. Situational Theory of The Publics**

Teori situational of the publics (STP) ini digagas oleh James E. Grunig, seorang profesor public relations dari University of Maryland, Amerika Serikat. Teori ini bermanfaat untuk mengidentifikasi publik sehingga dapat membuat kategori publik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut.<sup>47</sup>Teori ini membantu public relations untuk membuat target sasaran yang lebih spesifik, sehingga pesan komunikasinya benar-benar sesuai dengan kebutuhan sarasanya itu. Sasaran public relations yaitu publik. Publik disini merupakan kelompok yang lebih spesifik dai kumpulan stakeholder. Berdasarkan teori ini, spesifikasi khas publik dari stakeholder adalah berdasarkan perilaku dan efek komunikasinya, yaitu apakah individu tahu dan menyadari tentang masalah yang terkait dengan diri mereka, apakah individu aktif mencari informasi atau pasif menerima informasi, apakah individu aktif menyampaikan opini atau tidak.

---

<sup>47 47</sup> Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.( Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2010) Hal.152

Teori ini dapat digunakan oleh praktisi public relations untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan publik berdasarkan persepsi, sikap, dan perilaku publik tentang organisasi, baik terhadap programnya, produknya, maupun ketika terjadi situasi krisis. Menurut Grunig (teori situational of the public (STP) mempunyai beberapa asumsi dasar, yaitu:

- a) Individu yang berbeda diasumsikan mempunyai perilaku yang lebih konsisten dan cenderung sama jika mereka berada pada situasi yang sama.
- b) Persepsi seseorang pada suatu situasi akan menentukan kapan dia merespons, mengapa dia merespons, bagaimana cara dia merespons dan mengkomunikasikan situasi tersebut.
- c) Setiap individu akan berusaha beradaptasi dengan suatu situasi dalam cara tertentu, yang menurut persepsinya sesuai dengan karakteristik situasi tersebut.
- d) Publik bersifat situasional tergantung pada situasi yang dihadapi. Untuk isu tertentu, seseorang secara aktif mencari informasi tetapi untuk isu yang lain dia memilih pasif. Hal ini tergantung pada seberapa besar isu memengaruhi kepentingannya. Seorang mahasiswa yang indekos, misalnya, tentu akan lebih mencari informasi tentang kenaikan sewa rumah daripada mahasiswa tinggal di rumah orang tuanya.
- e) Karena bersifat situasional, masalah atau isu bersifat dinamis, maka publik pun bersifat dinamis. Masalah datang dan pergi bergantian dan hanya dianggap relevan oleh individu yang mengalami situasi problematik yang berkaitan dengan aktivitas organisasi. Berdasarkan asumsi ini, publik bisa

muncul atau hilang karena perubahan situasi, dan organisasi dianggap jarang mempunyai publik yang permanen. Contoh, saat lumpur di Sidoarjo masih kecil semburannya, respons dari publik biasa-biasa saja. Tetapi saat semburan lumpurnya membesar dan menggenangi beberapa desa, maka berbagai aksi demo dan tuntutan mulai bermunculan.

Teori situational theory of the public ini menjadi dasar bagi praktisi public relations untuk dapat mengidentifikasi dan mengantisipasi, apakah individu mempunyai motivasi dan kemampuan untuk menjaga kepentingan atau ketertarikannya sebagai anggota publik dari organisasi. Publik yang aktif diperoleh dari merangsang stakeholder pasif (disebut juga publik laten) untuk aktif berinteraksi dengan organisasi. Public relations menurut Grunig & Repper “seharusnya memperhatikan semua anggota stakeholder-nya tetapi juga berkomitmen untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk membuat program komunikasi yang ditujukan kepada publik aktif.” Disini publik aktif adalah publik yang lebih dapat memengaruhi operasional organisasi, karena mereka aktif memperhatikan, mendukung, bahkan mengkritisi organisasi. Teori ini juga dapat mendorong aplikasi model komunikasi dua arah yang simetrik dalam praktik public relations. Jika tidak ada komunikasi dua arah, umpan balik publik, khususnya komplain atau protes, dapat tersebar lewat publikasi eksternal, seperti media massa dan internet, boikot, dan lobi politisi. Teori STP ini dapat dijadikan acuan bagi praktisi public relations untuk bersikap lebih etis dalam hal kampanye. Karena teori ini membagi publik ke dalam beberapa kategori, sehingga

kampanye public relations diharapkan dapat memengaruhi mereka menjadi lebih aktif.

Teori ini menuntun humas untuk mengevaluasi dampak yang diberikan dari informasi yang disampaikan ke publik. Sehingga efek yang ditimbulkan oleh publik dapat di pelajari dan diatasi oleh humas sebagai bahan evaluasi kedepannya. Maka disini penulis menilai Situational Theory of The Publics ini cocok digunakan untuk penelitian ini karna akan ada efek yang ditimbulkan dari komunikasi sosialisasi sub bagian humas UIN Ar-Raniry dalam pemberian subsidi kouta internet untuk mahasiswa.



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Fokus dan Jenis penelitian**

Jenis penelitian dan pendekatannya adalah kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berupa kata-kata tertulis, maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diteliti. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>48</sup>

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan penelitian ini terkait dengan pola komunikasi sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam memberikan informasi kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh terkait penyediaan subsidi kuota yang disediakan oleh pihak kampus.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian adalah kampus Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Kecamatan Syiah Kuala kota Banda Aceh.

#### **C. Sumber Informan penelitian**

Informan adalah orang yang bisa memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini

---

<sup>48</sup> Sugiono. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2014) Hal. 13-14



menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sample didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai sampel).<sup>49</sup> Informan ini di butuhkan untuk mengetahui kondisi yang sesuai dengan komunikasi kepemimpinan bupati bireuen dalam melestarikan warisan budaya.

Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan menggunakan Purposive Sampling, artinya teknik penentuan sumber data mempertimbangkan terlebih dahulu, bukan diacak. Artinya menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian.<sup>50</sup> Sumber informan yang akan di wawancara adalah :

- a. Kepala Humas UIN Ar-Raniry berjumlah satu orang, di pilih karena lebih mengetahui masalah yang akan diteliti, karena penelitian yang akan peneliti lakukan adalah tentang pola komunikasi Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasi pemberian subsidi kuota.
- b. Anggota Humas UIN Ar-Raniry yang mengelola akun media sosial UIN Ar-Raniry, berjumlah satu orang, dipilih sebagai informan pendukung untuk mendapatkan data penelitian.
- c. Kasubbag Bidang Akademik UIN Ar-Raniry untuk mengetahui data mahasiswa UIN Ar-Raniry yang menerima dan tidak mendapatkan subsidi kuota

---

<sup>49</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Hal, 85

<sup>50</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Fajar Interpratama Offset, Jakarta: 2007), Hal, 107.

- d. Mahasiswa UIN Ar-Raniry, berjumlah lima orang, di pilih sebagai informan pendukung, apakah informasi yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry tersampaikan kepada mahasiswa.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.<sup>51</sup>

Penulis menggunakan metode penelitian lapangan (field research). Karena penulis ingin mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Variabel yang digunakan oleh penulis adalah variabel kualitatif. Karena penulis mengumpulkan data secara deskripsi yaitu berupa kata-kata, berbentuk tulisan, serta ungkapan langsung dari objek penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, yaitu melalui :

1. Observasi

Observasi adalah teknik usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang terstandar. Dalam hal ini, peneliti perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati berbagai fenomena

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010 ), Hal. 308-309.

atau kondisi yang ada di lapangan. Untuk membuktikan kebenaran pengetahuan selalu dimulai dengan observasi. Dalam hal ini ruang lingkup yang akan peneliti observasi adalah :

- a. Peneliti akan mengobservasi Kepala sub bagian humas UIN Ar-Raniry bertujuan sebagai penghubung kepada tujuan utama untuk mengetahui pola komunikasi sub bagian humas UIN Ar-Raniry dengan staf-staf dalam proses penyebaran informasi
- b. Peneliti akan mengobservasi proses kegiatan Staf bagian publikasi dan komunikasi dalam penyebaran informasi.
- c. Segala aktivitas sub bagian Humas UIN Ar-Raniry yang berhubungan dengan proses penyebaran informasi.

Dalam mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Kampus UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan teknik observasi dengan wawancara mendalam. Selama

melakukan observasi peneliti juga melakukan interview kepada orang-orang ada di dalamnya.<sup>52</sup>

Peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan data untuk mendukung data yang telah di peroleh dari hasil observasi lapangan, sehingga hasil yang didapat dari observasi dan wawancara menjadi berkesinambungan.<sup>53</sup> Disini peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa narasumber diantaranya adalah:

- a. Kepala Humas UIN Ar-Raniry berjumlah satu orang, di pilih karena lebih mengetahui masalah yang akan diteliti, karena penelitian yang akan peneliti lakukan adalah tentang pola komunikasi Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasi pemberian subsidi kuota.
- b. Anggota Humas UIN Ar-Raniry yang mengelola akun media sosial UIN Ar-Raniry, berjumlah satu orang, dipilih sebagai informan pendukung untuk mendapatkan data penelitian.
- c. Mahasiswa UIN Ar-Raniry, berjumlah lima orang, di pilih sebagai informan pendukung, apakah informasi yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry tersampaikan kepada mahasiswa.

---

<sup>52</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif ,Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2010 ), Hal. 315-319.

<sup>53</sup> Nurul Zuriah, *metode pendidikan sosial dam pendidikan teori-aplikasi*, (jakarta: Bumi Aksara, 2009), Hal. 57

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut.<sup>54</sup>

Disini peneliti akan mendokumentasikan proses ketika melakukan penelitian dengan narasumber, media penyebaran informasi yang digunakan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan informasi penyediaan subsidi kouta.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Secara umum, penelitian kualitatif dalam melakukan analisis data banyak menggunakan model analisis yang di kemukakan oleh Miles dan Huberman yang disebut dengan metode analisis data interaktif. Adapun Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Tahap Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dengan polanya. Dengan demikian data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya dan mencari data yang diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai, tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan.

---

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, ( Jakarta: PT Raja Grapindo Persada, 2006 ), Hlm 130

Berdasarkan data hasil analisis wawancara tujuh responden yang diteliti, kemudian dideskripsikan sesuai dengan pertanyaan penelitian.

## 2. Display Data (Penyajian Data)

Penyajian data yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks bersifat naratif. Sedangkan data yang sudah direduksi dan diklarifikasi berdasarkan kelompok masalah yang diteliti, sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Data yang sudah disusun secara sistematis pada tahapan reduksi data, kemudian dikelompokkan berdasarkan pokok permasalahannya sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan terhadap. Berdasarkan data hasil analisis wawancara yang peneliti lakukan, kemudian dideskripsikan sesuai dengan pertanyaan penelitian.

## 3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan penemuan yang baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau temuan suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.<sup>55</sup>

## F. Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan

---

<sup>55</sup> Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jafray, 2020, Hlm. 115-116.



dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif<sup>56</sup>. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, credibility, transferability, dependability, dan confirmability. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

#### 1. Uji Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, anatara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check. Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Triangulasi Triangulasi dalam pengujian kredibilas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

---

<sup>56</sup> Sugiyono, Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. (Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 366



- b. Triangulasi Sumber Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data tentang “pola komunikasi sosialisasi humas UIN Ar-Raniry dalam pemberian subsidi kuota internet kepada mahasiswa (Studi pada Sub Bagian Humas Uin Ar-Raniry) maka pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada sub bagian humas UIN Ar-Raniry, ketua lembaga tingkat universitas dilingkungan UIN Ar-Raniry, lima orang mahasiswa UIN Ar-Raniry. Data dari ketiga sumber tersebut kan dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari ketiga sumber data tersebut.
- c. Triangulasi Teknik Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.
- d. Menggunakan Bahan Referensi Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan laporan, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.
- e. Mengadakan Member Check Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh

para pemberi data itu pertanda data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Pelaksanaan member check dapat dilakukan setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan. Dalam penelitian ini member check dilakukan dengan forum diskusi kelompok. Dalam diskusi kelompok peneliti 66 menyampaikan temuan kepada sekelompok pemberi data. Dalam diskusi kelompok tersebut mungkin terjadi pengurangan, penambahan dan kesepakatan data. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani, agar lebih autentik.

## 2. Uji Tranferabelitas

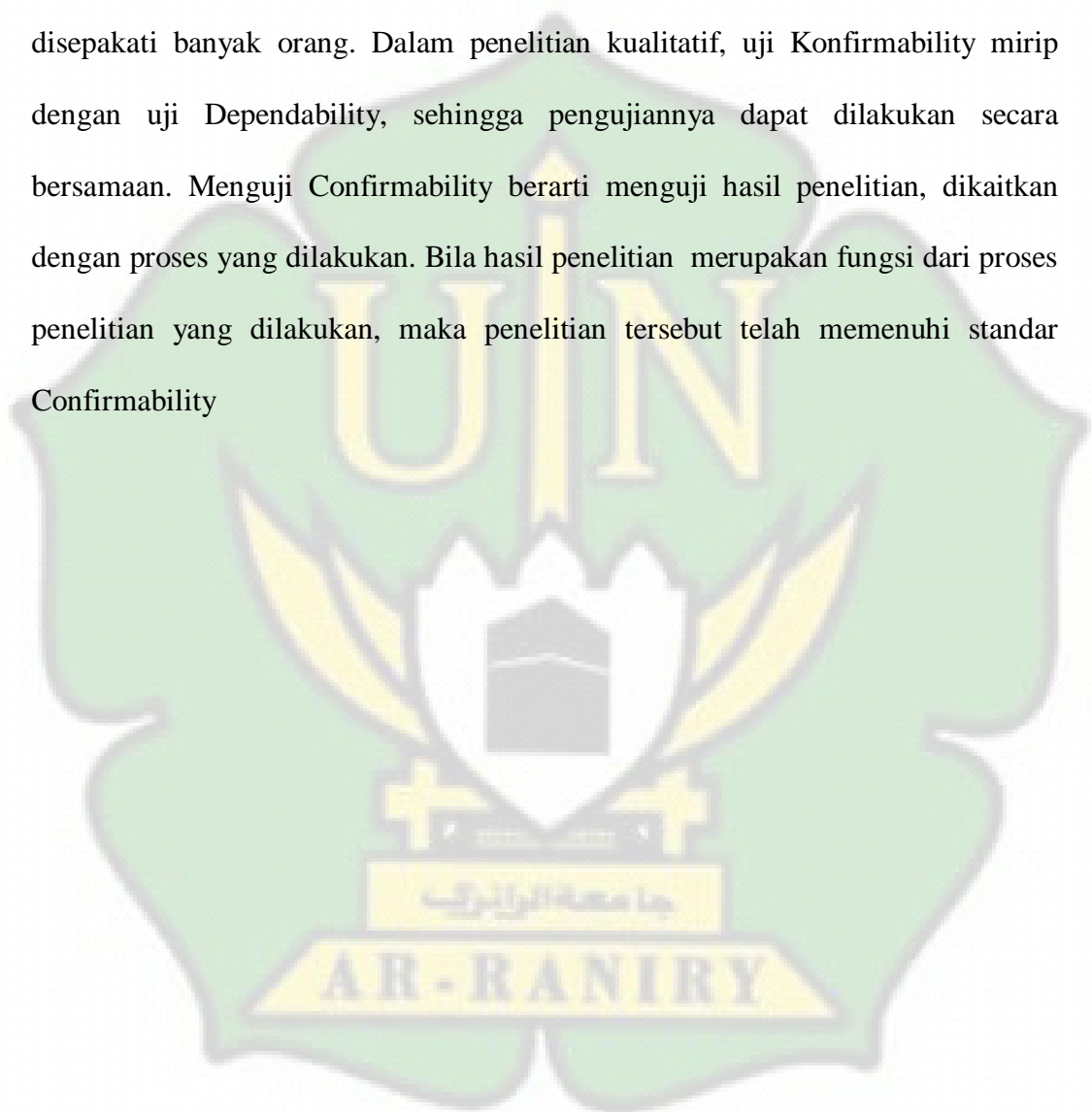
Pengujian transferability ini merupakan validitas eksternal dalam penelitian kuantitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkaitan dengan pertanyaan, sampai mana penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain.

## 3. Uji Dependabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, Dependability disebut sebagai reliabilitas. Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dalam penelitian ini dependability dilakukan oleh auditor yang independen atau dosen pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

#### 4. Uji Konfirmabilitas

Pengujian konfirmability dalam penelitian kuantitatif disebut dengan uji obyektifitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji Konfirmability mirip dengan uji Dependability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji Confirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar Confirmability



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**

IAIN adalah singkatan dari Institut Agama Islam Negeri dan kata Ar-Raniry yang dinisbahkan kepada IAIN Banda Aceh adalah nama seorang Ulama besar dan mufti yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani ( memerintah tahun 1637-1641). Ulama besar tersebut nama lengkapnya Syekh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di Gujarat, India. Beliau telah memberikan kontribusi yang amat berharga dalam pengembangan pemikiran Islam di Asia Tenggara khususnya di Aceh.

Awal Lahirnya IAIN Ar-Raniry dengan berdirinya Fakultas Syari'ah pada tahun 1960 dan Fakultas Tarbiyah tahun 1962 sebagai cabang dari IAIN Sunan Kalidjaga Yogyakarta. Masih pada tahun 1962 didirikan pula Fakultas Ushuluddin sebagai Fakultas swasta di Banda Aceh. Setelah beberapa tahun menjadi cabang dari IAIN Yogyakarta, fakultas Syariah, Tarbiyah dan Ushuluddin berinduk ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta selama enam bulan. Pada tanggal 5 Oktober 1963 IAIN Ar-Raniry resmi berdiri dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1963 dan diresmikan oleh Menteri Agama K.H Saifuddin Zuhri.

IAIN Ar-Raniry menjadi IAIN ketiga di nusantara setelah IAIN Sunan Kalidjaga Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Awal diresmikan

baru memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1968 tepatnya 5 tahun IAIN Ar-Raniry, diresmikan pula Fakultas Dakwah sekaligus menjadi fakultas pertama di lingkungan IAIN di Indonesia. Pada tahun 1968 ini pula, IAIN Ar-Raniry ditunjuk sebagai induk dari dua fakultas agama berstatus negeri di Medan (cikal bakal IAIN Sumatera Utara) yaitu Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah yang berlangsung selama 5 tahun. Sementara pada tahun 1983 Fakultas Adab resmi menjadi salah satu dari 5 fakultas di lingkungan IAIN Ar-Raniry.

Pada tahun pertama kelahirannya, IAIN masih mengharapkan bantuan dari berbagai lapisan masyarakat Aceh, terutama dari sisi kebutuhan belajar mengajar. Diibaratkan anak baru lahir, semuanya harus diurus oleh orang tuanya. Dalam konteks masa itu, seluruh lapisan masyarakat Aceh harus mampu memberi bantuan dalam bentuk apapun untuk keperluan pendidikan di IAIN. Seperti yang tertulis dalam laporan yang ditandatangani oleh kuasa Rektor I Drs. H. Ismail Muhammad Sjah.

Presiden Sukarno dalam sambutan dies natalis pertama IAIN Ar-Raniry menyampaikan bahwa di Aceh harus melahirkan tokoh-tokoh bangsa yang mampu meneruskan rovolusi dan perjuangan bangsa serta setia kepada Pancasila sebagai haluan negara. IAIN harus menjadi tempat penggodok kader revolusi yang menjaga jiwa toleransi dan persatuan bangsa. Semua itu harus tertanam dalam jiwa pendidik, pengajar dan mahasiswanya.

Mengikuti perkembangannya sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam, IAIN telah menunjukkan peran dan signifikansinya yang strategis bagi pembangunan dan perkembangan masyarakat. Lulusannya mampu mengemban amanah diberbagai instansi pemerintah dan swasta, termasuk di luar Aceh, bahkan di luar negeri. Alumni telah berkiprah di berbagai profesi, baik yang berkaitan dengan sosial keagamaan, maupun yang berhubungan dengan aspek publik lainnya. Lembaga ini telah melahirkan banyak pemimpin di daerah ini, baik pemimpin formal maupun informal. Tepat pada 5 Oktober 2013 genab berumur 50 tahun, biasanya tahun ini disebut tahun emas. Bertepatan dengan tahun tersebut Perguruan Tinggi ini akan merubah wajah dan namanya dari Institutut menjadi Universitas melalui PERPRES No. 64 Tahun 2013 yang dikeluarkan dan mulai berlaku pada tanggal 1 Oktober 2013 dengan nama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN Ar-Raniry).

Dengan demikian maka mulai 1 Oktober 2013 juga nama IAIN Ar- Raniry mulai terhapus secara legalitas, dan lama kelamaan juga akan terhapus sedikit demi sedikit dari dalam hati masyarakat Aceh secara khusus, dan masyarakat Indonesia, serta masyarakat lainnya di belahan dunia secara umum. Untuk itu, agar anak cucu penerus bangsa dapat mengetahui bahwa pernah ada Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry yang jaya di bumi Aceh dan telah banyak melahirkan tokoh-tokoh masyarakat yang potensial dalam bidangnya dan juga telah banyak melahirkan Perguruan Tinggi Agama Islam lain baik Negeri maupun swasta, maka perlu ada catatan yang lengkap tertulis dalam dokumen sejarah melalui berbagai media cetak, media eletronik dan media lainnya yang relevan.

Humas UIN Ar-Raniry merupakan unit kerja di kampus Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dibawah naungan Karo AAKK dibawah Wakil Rektor III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang bertugas memberikan setiap informasi dari semua kegiatan dan kebijakan yang ada dalam kampus UIN Ar-Raniry

## **2. Visi dan Misi UIN Ar-Raniry**

Visi : “Menjadi universitas yang unggul dalam pengembangan dan pengintegrasian ilmu keislaman, sains, teknologi dan seni.”

Misi : Adapun misi yang diusung oleh UIN Ar-Raniry adalah:

- a. Melahirkan sarjana yang memiliki kemampuan akademik, profesi dan atau vokasi yang kompetitif
- b. Berorientasi pada masa depan dan berakhlak mulia
- c. Mengembangkan tradisi riset yang multidisipliner dan integrative bernbasis syariat islam
- d. Mengimplementasikan ilmu untuk membangun masyarakat madani, yang beriman, berilmu dan beramal.

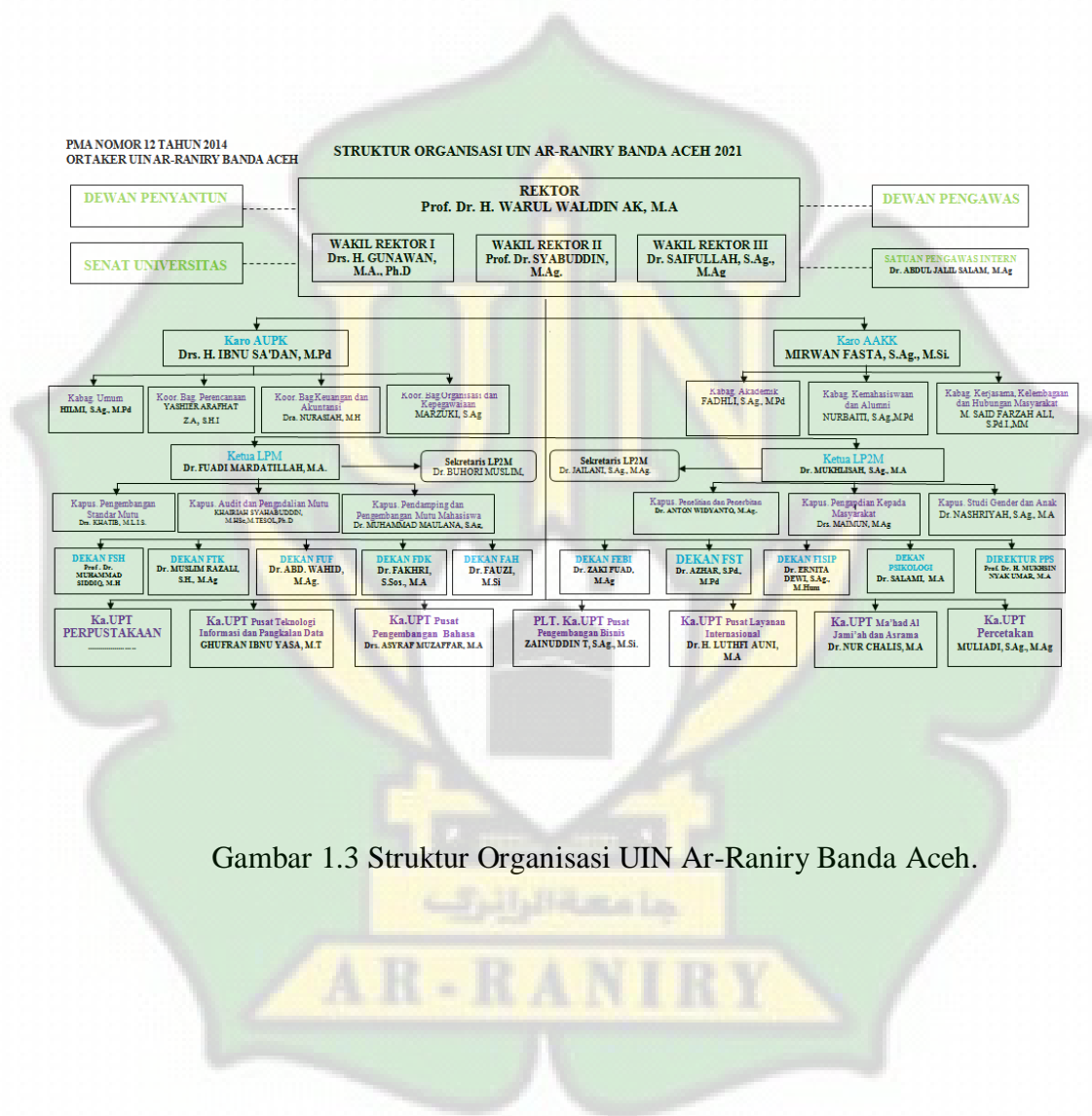
## **3. Motto Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**

Sebuah Jembatan untuk karir dan spiritual masa depan anda.



### 1. Struktur Organisasi Universitas Islam Negeri Banda Aceh

Berikut ini merupakan struktur organisasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Gambar 1.3 Struktur Organisasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

## **B. Pola Komunikasi Sosialisasi yang Digunakan Oleh Humas UIN Ar-Raniry Dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet Kepada Mahasiswa UIN Ar-RAniry .**

Pola komunikasi sosialisasi adalah salah satu teknik yang dilakukan untuk memberikan informasi dan pemahaman lebih kepada publik tentang informasi yang ingin disampaikan agar informasi dapat diterima kepada publik. Kegiatan yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry merupakan program kerja yang bertujuan untuk memberitahukan kepada khalayak ataupun mahasiswa tentang segala hal yang berkaitan dengan kepentingan mahasiswa .

### **1. Sosialisasi di Media Sosial**

Media sosial merupakan suatu sarana komunikasi yang digunakan oleh komunikator kepada publik, ada beberapa pakar psikolog memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikap terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam bentuk tindakan.<sup>57</sup>

Kemajuan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat. Bahkan munculnya berbagai media sosial yang bisa digunakan untuk berkomunikasi. Saat ini untuk mengakses media sosial dapat dilakukan

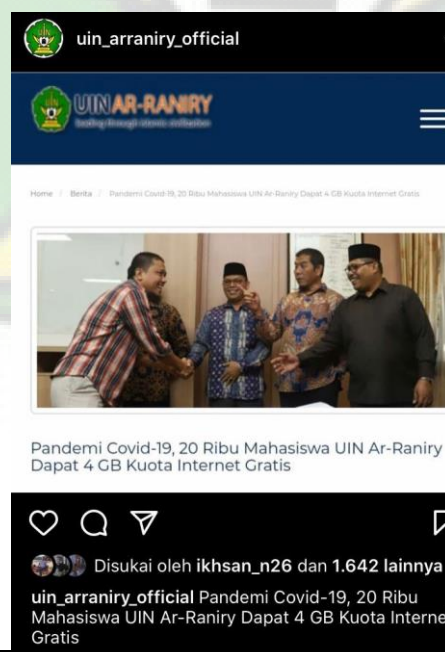
---

<sup>57</sup> Hadied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) Hal.125

dengancara yang lebih mudah dan cepat, hanya dengan menggunakan smartphone seseorang dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dan mengakses informasi.

Berdasarkan Boundary Spanning Theory praktisi Humas harus selalu menyajikan keterbukaan informasi kepada publik agar publik dapat menerima dengan utuh informasi yang disampaikan oleh Humas, demikian dengan Humas UIN Ar-Raniry dalam Penyebaran informasi sudah menjadi tugas dan tanggung jawab dari Humas UIN Ar-Raniry. Dalam wawancara dengan sejumlah pihak terkait sosialisasi pemberian subsidi kuota kepada mahasiswa, Dari hasil wawancara tersebut Nazarullah dia mengungkapkan

*“ Dalam hal pemberian subsidi kuota internet untuk sosialisasi secara langsung memang tidak ada, jadi sosialisasi kami lakukan secara bertahap, sosialisasi kami lakukan dalam bentuk berita, kemudian menginformasikan bahwa UIN Ar-Raniry menyediakan kuota internet, melalui media sosial UIN Ar-Raniry, Website UIN Ar-Raniry dan juga media online lainnya ”.*<sup>58</sup>

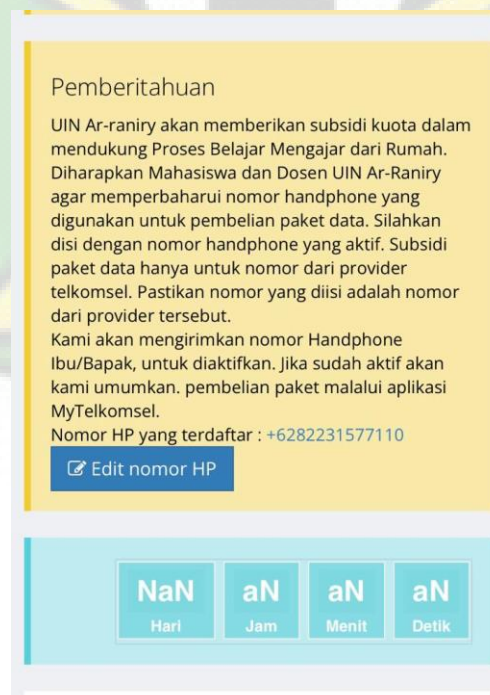


<sup>58</sup> Wawancara Nazarullah, kepala bagian Dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry, 29 Desember 2021

#### Gambar 1.4 Penyebaran Informasi melalui media sosial UIN Ar-Raniry

Dari hasil wawancara tersebut, bahwa bagian Humas UIN Ar-Raniry adalah salah satu pihak yang berperan penting dalam mengembangkan dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Kemajuan teknologi yang ada saat ini juga dimanfaatkan pihak Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan hal hal penting kepada mahasiswa, terutama dalam menyampaikan informasi melalui berbagai media. Hal ini menandakan Humas UIN Ar-Raniry telah menggunakan hal-hal yang modern dalam mesosialisasikan sesuatu kebijakan.

*“Untuk penyebaran informasi terkait pemberian subsidi kuota internet kepada mahasiswa, Humas UIN Ar-Raniry hanya menggunakan akun media sosial instagram, Website UIN Ar-Raniry, hal ini dikarenakan, informasi penyediaan subsidi kuota internet juga telah tersebar melalui portal siacad mahasiswa UIN Ar-Raniry”.*<sup>59</sup>



<sup>59</sup> Wawancara dengan Nazarulah, kepala bagian Dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry, 29 Desember 2021

### Gambar 1.5 Penyebaran informasi melalui Portal Mahasiswa

Media Sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan juga media sosialisasi. Haryanto menyebutkan dalam karya ilmiah nya bahwa menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi sosial merupakan langkah efektif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk individu, namun juga untuk kelompok.<sup>60</sup>

Adapun pola komunikasi sosialisasi yang digunakan oleh Humas UIN Ar-Raniry yaitu dengan menggunakan media sosial *Instagram*, *Website* resmi UIN Ar-Raniry dan juga media media online, karena dengan menggunakan media sosial sebagai media sosialisasi informasi yang disampaikan akan lebih cepat diterima oleh khalayak umum, khususnya mahasiswa UIN Ar-Raniry dan informasinya pun akan lebih cepat trending. Maka dari itu, Humas UIN Ar-Raniry akan lebih mudah menyebarkan informasi dan mahasiswa pun lebih mudah mendapatkan informasi.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan dalam mengamati sistem kerja Humas UIN Ar-Raniry adalah pihak Humas UIN Ar-Raniry melakukan proses penyebaran informasi melalui beberapa media sosial UIN Ar-Raniry dan juga Humas UIN Ar-Raniry selalu meliput setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh

---

<sup>60</sup> Haryanto, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi” EduLib (2015): 83-86

UIN Ar-Raniry, baik kegiatan pimpinan, kegiatan fakultas maupun kegiatan mahasiswa juga diliput kalau mahasiswa memberitahu pihak Humas.

Selain itu setiap kegiatan yang bersifat akademik seperti wisuda, PBAK yang diselenggarakan oleh UIN Ar-Raniry dengan cara *online* Humas juga mempersiapkan segala persiapan kegiatan online, seperti *Live Streaming*, protokoler kegiatan, dan dokumentasi kemudian menyebarkan informasi.<sup>61</sup>

## 2. Bekerjasama Dengan Lembaga Organisasi Mahasiswa

Dalam proses sosialisasi yang dilakukan Humas UIN Ar-Raniry mulai dari sosialisasi subsidi kuota internet dan informasi lainnya, Humas UIN Ar-Raniry juga mempunyai bagian dokumentasi dan pemberitaan. Bagian pemberitaan dan dokumentasi akan melakukan koordinasi dengan admin media sosial UIN Ar-Raniry untuk menyebarkan informasi, namun dalam mensosialisasikan pemberian subsidi kuota internet ini pihak Humas UIN Ar-Raniry melakukan kerjasama dengan Lembaga Mahasiswa untuk mensosialisasikan pemberian subsidi kuota. Seperti yang dikatakan oleh Nazarullah, kepala bagian dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry.

*“memang dari awal isu penyediaan subsidi kuota ini memang mahasiswa dari DEMA yaitu Persiden Mahasiswa dan lembaga mahasiswa lainnya mengadakan pertemuan dengan pimpinan untuk membahas penyediaan subsidi kuota ini, jadi dalam hal sosialisasi informasi penyediaan subsidi kuota ini memang kami berkerja sama dengan lembaga mahasiswa seperti DEMA, SEMA Universitas dan bahkan DEMA, SEMA Fakultas juga.”*<sup>62</sup>

<sup>61</sup> Hasil observasi yang peneliti lakukan di Humas UIN Ar-Raniry

<sup>62</sup> Wawancara Nazarullah, kepala bagian dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry, 29 Desember 2021





Gambar 1.6 penyebaran informasi melalui Media Sosial DEMA UIN Ar-Raniry.

Lembaga mahasiswa juga mempunyai nilai jual sendiri ditengah mahasiswa, bahkan media sosial lembaga Mahasiswa seperti DEMA UIN Ar-Raniry juga selalu mengupdate informasi terbaru yang kiranya dibutuhkan oleh mahasiswa. Dengan adanya media sosial lembaga mahasiswa ini, maka Humas UIN Ar-Raniry akan lebih mudah dan terbantu dalam mensosialisasikan sesuatu informasi.



Kepala bagian dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry juga menjelaskan

*“media sosialnya mereka aktif dan rapi, biasanya mahasiswa cenderung mencari informasi di media sosial DEMA, apalagi mereka yang tergabung kedalam organisasi, jadi sangat terbantu dengan penyebaran informasi melalui media sosial DEMA Universitas”*.<sup>63</sup>

Dalam mensosialisasi informasi subsidi kuota, Humas UIN Ar-Raniry bekerja sama dengan lembaga mahasiswa yaitu Dewan Eksekutif Mahasiswa UIN Ar-Raniry. Ini merupakan pola komunikasi yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan pemberian subsidi kuota kepada mahasiswa.

Wawancara dengan ketua DEMA UIN Ar-Raniry Banda Aceh :

*“pada dasarnya kami melakukan advokasi dengan pimpinan untuk merealisasikan pemberian kuota internet kepada mahasiswa dimasa pandemi ini, ketika sudah ada hasil yang sudah kami advokasikan, kami juga menginformasikan kepada mahasiswa bahwa UIN Ar-Raniry menyediakan subsidi kuota internet dimasa pandemi ini melalui media sosial Instagram DEMA UIN Ar-Raniry dan Website Resmi DEMA yang dikelola oleh Menteri Informasi dan Komunikasi DEMA UIN Ar-Raniry”*.<sup>64</sup>

Menteri informasi dan komunikasi DEMA UIN Ar-Raniry juga menyebutkan proses penyebaran informasi juga melalui beberapa tahapan, Muhammad Ikram menjelaskan

*“untuk penyebaran informasinya kami menunggu keputusan valid dari Ketua DEMA dan SekJend DEMA UIN Ar-Raniry untuk kejelasan informasi, kemudian informasi itu kami buat dalam bentuk berita dan*

---

<sup>63</sup> Wawancara Nazarullah, kepala bagian dokumentasi dan pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry, 29 Desember 2021

<sup>64</sup> Wawancara dengan Ahmad Jaden, ketua DEMA UIN Ar-Raniry , 28 Desember 2021

*kami sebarkan melalui website resmi kami di dema.ar-raniry.ac.id dan juga melalui media instragram resmi DEMA di dema.uinarraniry',<sup>65</sup>*

Dalam memberikan informasi pemilihan media menjadi aspek utama informasi bisa tersampaikan kepada khalayak, selaras dengan konsep pola komunikasi skunder dimana proses penyampain pesan komunikasi oleh komunikator kepada komunikan melalui sarana sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua karena mejadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

Tidak hanya dengan Lembaga DEMA UIN Ar-Raniry, dalam penyebaran informasi subsidi kuota ini, Humas UIN Ar-Raniry juga berkerjasama dengan lembaga Pers mahasiswa yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Sumberpost. Sumberpost sendiri merupakan unit kegiatan pers mahasiswa yang mempunyai fokus kepada penyebaran dunia jurnalistik, baik memberitakan berita dikampus maupun berita mahasiswa lainnya, hasil wawancara dengan ketua UKM Sumberpost Rianza Alfandi, dia menjelaskan bahwa

*“dalam pemberitaan terkait masalah subsidi kouta kami dari UKMP Sumberpost juga ikut memberitakan hal tersebut karna berita ini merupakan isu yang peling dibutuhkan oleh mahasiswa dalam menjalankan perkuliahan dimasa pandemi covid 19 ini”,<sup>66</sup>*

Kemudia Rianza menambahkan lebih lanjut tentang keterikatan Humas UIN Ar-Raniry dengan UKMP Sumberpost

---

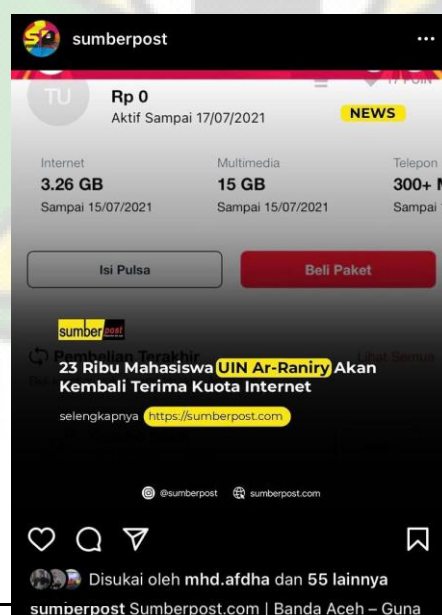
<sup>65</sup> Wawancara dengan Muhammad Ikram, Menteri Informasi dan komunikasi DEMA UIN Ar-Raniry, 28 Desember 2021

<sup>66</sup> Wawancara dengan Rianza Alfandi, Ketua UKMP Sumberpost UIN Ar-Raniry, 30 Desember 2021

*‘perihal keterikatan Humas UIN Ar-Raniry dengan UKMP Sumberpost memang sangat erat, terkait dengan kuota internet memang pihak Humas sering berkoordinasi dengan UKMP Sumberost dan juga mengirim realase berita kepada kami, dan juga ikut mengundang kami ketika ada rapat dengan pimpinan terkait permasalahan subsidi kuota internet ini’<sup>67</sup>*

Humas UIN Ar-Raniry dalam menjalankan fungsinya sebagai unit yang mealakukan selaga proses penyebaran informasi kepada seluruh mahasiswa bahkan juga kepada masyarakat luas, Humas UIN Ar-Raniry juga berkerja sama dengan lembaga Pers mahasiswa yaitu Sumberpost sebagai media mahasiswa dalam lingkungan kampus untuk menyebarkan informasi, kemudian Rianza menambahkan

*‘dalam proses penyebaran informasi subsidi kuota interner ini, kami menggunakan beberapa media diantaranya di website kami di [www.Sumberpost.com](http://www.Sumberpost.com) juga melalui media sosial instragram kami dan juga kami menyebarkan link berita melalui grup-grup whatsapp’<sup>68</sup>*



<sup>67</sup> Wawancara dengan Rianza Alfandi, Ketua UKMP Sumberpost UIN Ar-Raniry, 30 Desember 2021

<sup>68</sup> Wawancara dengan Rianza Alfandi, Ketua UKMP Sumberpost UIN Ar-Raniry, 30 Desember 2021

Gambar 1.7 Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Sumberpost.

Dalam penyebaran berita subsidi kuota internet sumberpost juga melakukannya melalui media sosial resmi mereka yaitu melalui website dan instagram, kemudia Rianza menambahkan

*‘untuk pembacanya sendiri kami melihat lumayan banyak ya mahasiswa yang membaca beritanya, karena berita ini merupakan berita yang memang ditunggu dan dibutuhkan oleh mahasiswa, seperti contoh ketika kami menyebarkan berita melalui media sosial instagram itu banyak sekali mahasiswa yang like dan memberikan tanggapan di kolom komentar’<sup>69</sup>*

Dari hasil wawancara diatas dengan ketua DEMA UIN Ar-Raniry juga Menteri Komunikasi dan Informasi DEMA UIN Ar-Raniry dan juga Ketua UKMP Sumberpost, Humas UIN Ar-Raniry bersama lembaga organisasi mahasiswa juga sama sama melakukan sosialisasi pemberian subsidi melalui website dan juga media sosial instagram, namun terdapat perbedaan antara Humas UIN Ar-Raniry dengan UKMP Sumberpost, untuk pembaca berita sendiri mahasiswa banyak melihat berita melalui website UKMP Sumberpost namun sebaliknya hanya sedikit mahasiswa yang melihat informasi melalui website resmi UIN Ar-Raniry yang dikelola oleh Humas UIN Ar-Raniry.

### **C. Hambatan Yang dialami Oleh Humas UIN Ar-Raniry Dalam Mensosialisasikan Pemberian Subsidi Kuota Kepada Mahasiswa**

Hambatan komunikasi adalah suatu penghalang atau hal hal yang dapat menghambat proses penyampaian pesan komunikasi. Hambatan komunikasi

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Rianza Alfandi, Ketua UKMP Sumberpost UIN Ar-Raniry, 30 Desember 2021

menurut Chaney dan Martin ialah segala sesuatu yang menjadi penghalang (*noise*) tercapainya komunikasi yang efektif.

Demikian halnya hambatan yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam proses penyampaian informasi, ada beberapa faktor yang mengakibatkan informasi tidak sampai sehingga mengakibatkan mahasiswa tidak mendapat subsidi kuota yang disediakan oleh pihak kampus.

### **1. Hambatan Pada Lingkungan**

Dalam mencapai suatu tujuan, tentunya pasti banyak hal yang harus dilewati untuk bisa memperoleh hasil yang maksimal. Begitupun dalam hal sosialisasi pemberian subsidi kuota kepada yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry, tidak semuanya bisa berjalan mulus seperti yang diinginkan. Namun dalam hal sosialisasi subsidi kuota Humas UIN Ar-Raniry tidak terlalu banyak mengalami hambatan pada proses sosialisasi

Sebagaimana hasil wawancara dengan Nazarullah, kepala bagian dokumentasi dan Pemberitaan Humas UIN Ar-Raniry

*“kalau hambatan hampir tidak ada sebetulnya, akan tetapi pada hal penyebaran informasi apapun bahkan penyebaran informasi subsidi kuota ini, kami pihak Humas melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan pimpinan, seperti Rektor dan wakil rektor, pihak perencanaan serta pihak PTIPD dan juga kasubbag pada bagian akademik UIN Ar-Raniry, koordinasi yang kami lakukan mencakupi kebijakan rektor, jumlah mahasiswa yang menerima kuota, serta jumlah paket data yang diterima oleh mahasiswa,”*<sup>70</sup>

Dari hasil wawancara diatas, yang menjadi salah satu hambatan itu adalah harus melakukan koordinasi terlebih dahulu, karena memang juga harus menjaga

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Nazarullah, kepala bagian dokumentasi dan pemberitaan, 29 Desember 2021



hal-hal yang boleh disebarkan dan yang tidak boleh disebarkan. Jika informasi yang disebarkan tidak sesuai dengan norma-norma dan kepentingan UIN Ar-Raniry, maka Humas UIN Ar-Raniry bisa melanggar aturan Universitas. UIN Ar-Raniry memang kampus islam jantung hate Rakyat Aceh, maka hal-hal yang harus disebarkan juga tidak boleh melebar dan membuat citra Universitas rusak.

### 3. Informasi Yang Tidak Satu Pintu

Dalam proses penyebaran informasi di suatu instansi sejatinya Humas adalah unit kerja dalam suatu organisasi yang bertugas membangun citra instansi dan juga penyebar informasi ke publik, namun di UIN Ar-Raniry proses penyebaran informasi tidak semua dilakukan oleh bagian Humas, akan tetapi ada beberapa kasubbag tertentu yang menyebarkan informasi yang terkait dengan bidangnya itu melalui website di setiap Kasubbag, seperti kata Nazarullah

*“ penyebaran informasi di UIN Ar-Raniry itu tidak semua disebarkan oleh Humas, tetapi ada beberapa informasi yang disebarkan langsung oleh pihak yang berkaitan, seperti contoh masalah biasiswa itu langsung disebarkan oleh bagian mahasiswa melalui websitenya, masalah wisuda itu langsung disebarkan oleh pihak akademik juga melalui websitenya ”*<sup>71</sup>

Kemudian Nazarullah menambahkan

*“ pihak Humas hanya menyebarkan informasi yang bersifat kegiatan seperti kegiatan pimpinan atau kegiatan lain yang ada di lingkungan kampus, sekarang kalau kita buka website UIN Ar-Raniry itu tidak ada berita tentang perpanjangan KRS, karna sudah di sebar di website mahasiswa kecuali pihak akademik memberitahu kami untuk menyebarkan informasi tersebut, kemudian informasi tersebut kami sebar di website UIN Ar-Raniry dan juga instagram resmi UIN Ar-Raniry dalam bentuk narasi berita ”*<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Nazarullah, kepada bagian dokumentasi dan pemberitaan, 29 Desember 2021

<sup>72</sup> Wawancara dengan Nazarullah, kepada bagian dokumentasi dan pemberitaan, 29 Desember 2021

Berdasarkan hasil wawancara diatas salah satu hambatan yang dialami oleh Humas UIN Ar-Raniry adalah penyebaran informasi yang tidak satu pintu yang mengakibatkan Humas tidak leluasa dalam menyebarkan informasi, dan hal ini menjadi satu alasan banyak mahasiswa UIN Ar-Raniry tidak mendapat informasi tentang subsidi kuota dan informasi lainnya di UIN Ar-Raniry.

#### **4. Nomor HP Mahasiswa Tidak Aktif**

Penyebaran informasi subsidi kuota sejatinya juga disebarkan oleh Humas UIN Ar-Raniry dan juga lembaga mahasiswa lainnya, yang diharapkan informasi tersebut dapat bermamfaat kepada mahasiswa dalam menjalankan perkuliahan di masa pandemi, namun menjadi satu faktor mengapa subsidi kuota tidak diterima oleh mahasiswa karena banyak nomor HP mahasiswa yang terdaftar pada portal mahasiswa sudah tidak aktif lagi, hal ini seperti disampaikan oleh Kasubbag Akademik UIN Ar-Raniry dalam wawancaranya bersama peneliti, Fadhli Munir menjelaskan

*“pada dasarnya nomor HP mahasiswa itu sudah terdata di portal mahasiswa itu sendiri, bahkan dari awal perkuliahan data mahasiswa itu sudah ada ketika mengisi ulang data di portal, namun berjalannya waktu mahasiswa sering menggonta ganti nomor HP dan nomor Hp tersebut tidak di update di portal, sehingga mengakibatkan kuotanya tidak didapatkan, bahkan kami pernah mencoba menghubungi mahasiswa ketika bermasalah namun nomor HP nya sudah tidak aktif lagi”<sup>73</sup>*

Kemudian pihak PTIP yang bertugas untuk mendistribusikan kuota mengungkap hal yang sama, salah satu faktor yang mengakibatkan mahasiswa tidak mendapatkan kuota internet ini disebabkan nomor HP mahasiswa yang

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Fadhli Munir, kepada Sub Bagian Kemahasiswaan UIN Ar-Raniry, 28 Desember 2021



didapatkan dari data di portal mahasiswa sudah tidak aktif lagi, seperti yang dijelaskan oleh kepala PTIPD Guffran Ibnu Yasa, dia menjelaskan

*“dalam proses penyaluran kuota ini pihak UIN Ar-Raniry berkerja sama dengan pihak telkom, semua data nomor HP yang sudah kami dapatkan dari siacad mahasiswa melalui pihak akademik, tinggal kami salurkan kuotanya, namun ada sebagian mahasiswa yang tidak mendapatkan subsidi kuota itu disebabkan nomor Hp yang sudah tidak aktif lagi dan tidak mencantumkan nomor Hp Telkomsel sehingga kuota tidak dapat masuk kemahasiswa yang bersangkutan”<sup>74</sup>*

Dari hasil wawancara atas dengan narasumber ada beberapa faktor yang mengakibatkan kuota internet tidak diterima oleh mahasiswa, diantaranya karena mahasiswa yang bersangkutan telah mengganti nomor Handphonenya sehingga tidak sesuai lagi dengan nomor yang terdata disiacad mahasiswa.

##### **5. Pesan Yang Tidak Sampai Pada Mahasiswa.**

Hambatan atau kendala memang sering terjadi dalam proses komunikasi, karena dalam kegiatan komunikasi ada saja faktor hambatan yang menjadi kendala yang menghambat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan (terganggunya komunikasi timbal balik).

Kemudian, dari hasil wawancara dengan Zulmuhadi, selaku admin yang mengelola akun media sosial Resmi UIN Ar-Raniry

*“Sebetulnya tidak ada hambatan yang kami alami dalam proses sosialisasi ini, karena hanya menyebarkan informasi saja, namun informasi yang tayangkan di website kami melihat sngat sedikit mahasiswa yang membuka wesite untuk mencari informasi, karna kan di website itu terlihat berapa jumlah orang yang melihat berita yang disebarkan oleh Humas, ini menjadi suatu hambatan dalam menyebarkan informasi, dari dua*

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Guffran Ibnu Yasa, kepada PTIPD UIN Ar-Raniry, 28 Desember 2021

*puluh lima ribu mahasiswa hanya puluhan orang yang membuka website untuk mencari informasi, menurut hemat kami minat dari mahasiswa untuk mencari informasi itu sangat kurang berdasarkan data yang kami dapatkan di website, kemudian ada juga sebagian mahasiswa yang tidak mengikuti media sosial UIN Ar-Raniry”.*<sup>75</sup>

Dari wawancara diatas, terhambatnya pesan yang disampaikan oleh Humas UIN Ar-Raniry pada website dan media sosial, itu karena minat untuk mendapatkan atau mencari informasi itu sangat kurang dari mahasiswa UIN Ar-Raniry, hal ini terbukti dari data yang didapatkan oleh pihak Humas melalui website tersendiri, dan juga tidak semua mahasiswa UIN Ar-Raniry mengikuti akun media sosial UIN Ar-Raniry. Oleh sebab itu, sangat lebih efektif pesan yang kita sampaikan melalui website dan media sosial itu sangat tergantung pada minat mahasiswa membuka website dan mengikuti akun media sosial resmi lembaga tersebut

Kemudian, Zulmuahadi juga menambahkan

*“kebanyakan mahasiswa suka gonta ganti nomor HP sehingga tidak melakukan update ulang di siacad, hal ini mengakibatkan datanya salah, jadi kuota internetnya tidak masuk”.*<sup>76</sup>

Wawancara dengan Alif Alfian mahasiswa Prodi Perbankan Syariah yang tidak mendapatkan subsidi kuota, dia menjelaskan

*“ya saya mendapatkan info mengenai subsidi kuota tapi saya tidak tau mengenai keabsahan informasi karena tidak sampai ke saya informasinya secara langsung karna saya mengikuti akun media sosial UIN Ar-Raniry”.*<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Zulmuahadi, admin media sosial dan Website resmi UIN Ar-Raniry, 24 Desember 2021

<sup>76</sup> Wawancara dengan Zulmuahadi, admin media sosial dan Website resmi UIN Ar-Raniry, 24 Desember 2021

<sup>77</sup> Wawancara dengan Alif Alfian Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry, 25 Desember 2021

Kemudian wawancara dengan Wilda Sofia mahasiswa prodi Komunikasi penyiaran islam yang tidak mendapatkan subsidi kuota dia mengatakan

*“untuk update nomor di portal saya tidak melakukan karna saya pikir tidak perlu lagi ada update di portal, karena saya tidak tau bagaimana cara mengupdatenya”*<sup>78</sup>

Kemudian wawancara dengan Adis Maulina mahasiswa pendidikan Teknik Informasi UIN Ar-Raniry

*“ informasinya saya tau namun tidak mengupdate ulang nomor hp di portal, karna saya tidak tau kententuannya seperti itu kalau sudah mengganti nomor Hp”*<sup>79</sup>

Kemudian hasil wawancara dengan Rahmad Hidayat mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry dia menjelaskan

*“ saya tidak mengetahui informasi kalau UIN Menyediakan kuota internet, dan juga saya tidak terlalu mengikuti media sosial UIN Ar-Raniry, karena postingannya lebih berbasis kegiatan”*<sup>80</sup>

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber lainnya yang juga tidak mendapatkan subsidi kuota internet yang disediakan oleh pihak kampus, namun jawabannya juga sama, Muhammad Aulia Akbar di menjelaskan

*“ kalau informasinya saya mendapatkan dari teman teman, kalau UIN menyediakan kuota belajar, namun saya tidak tau harus mengupdate ulang nomor Hp nya, kalau mengikuti media sosial UIN sih ada Cuma gak terlalu juga, karena media sosialnya tidak rapi dan bercampur campur gitu jadi susah kita mendapatkan informasinya”*<sup>81</sup>

---

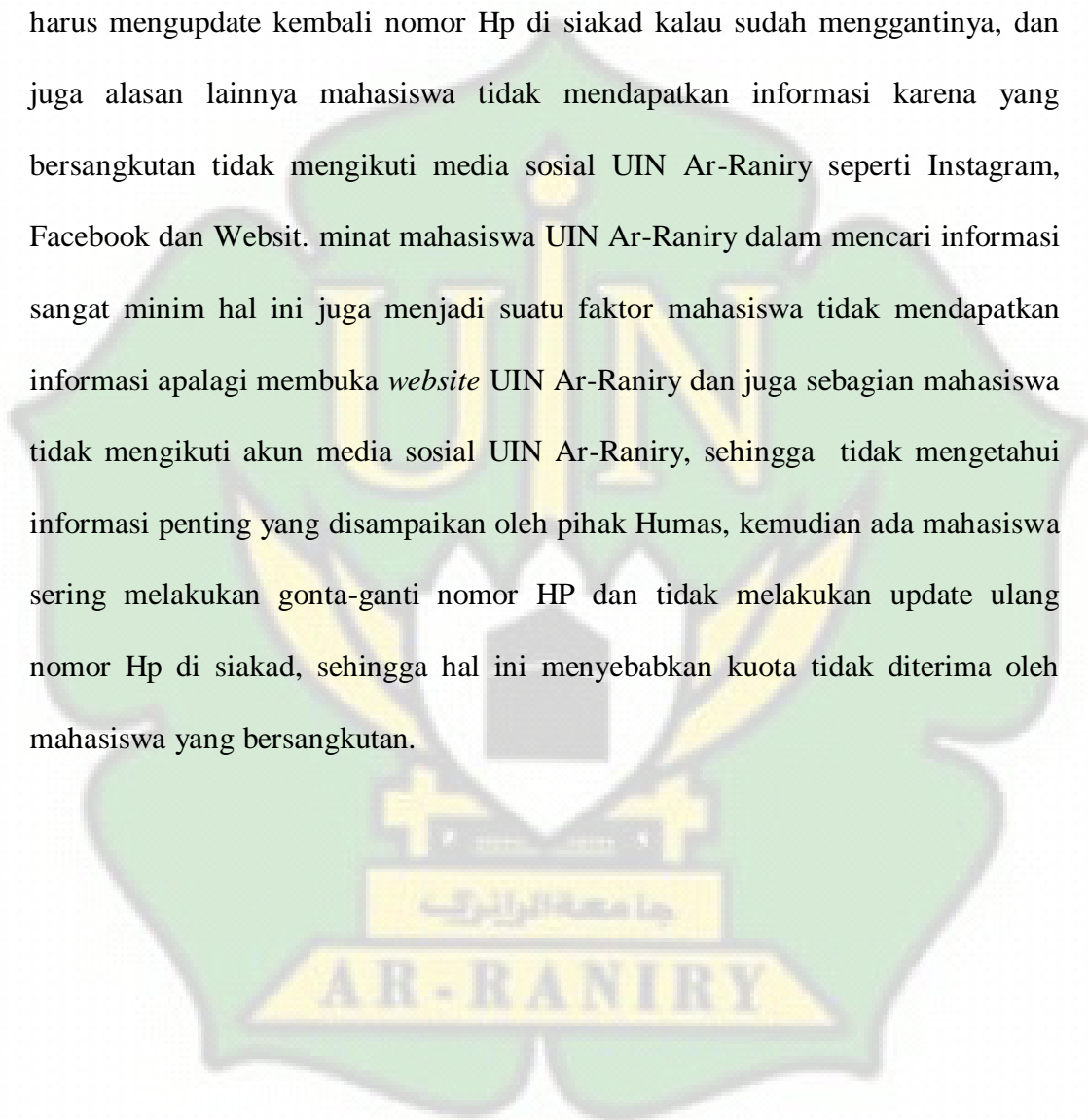
<sup>78</sup> Wawancara dengan Wilda Sofia Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry, 25 Desember 2021

<sup>79</sup> Wawancara dengan Adis Maulina mahasiswa Pendidikan Teknik Infomasi UIN Ar-Raniry, 26 Desember 2021

<sup>80</sup> Wawancara dengan Rahmad Hidayat Mahasiswa Prodi Manajemen Dawkah UIN Ar-Raniry, 26 Desember 2021

<sup>81</sup> Wawancara dengan Muhammad Aulia Akbar Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Ar-Raniry, 26 Desember 2021

Dari hasil observasi dan wawancara, penulis menyimpulkan bahwa, permasalahan yang dialami oleh mahasiswa karena tidak mendapatkan informasi langsung dari media sosial UIN Ar-Raniry, dan mahasiswa tidak mengetahui harus mengupdate kembali nomor Hp di siacad kalau sudah menggantinya, dan juga alasan lainnya mahasiswa tidak mendapatkan informasi karena yang bersangkutan tidak mengikuti media sosial UIN Ar-Raniry seperti Instagram, Facebook dan Websit. minat mahasiswa UIN Ar-Raniry dalam mencari informasi sangat minim hal ini juga menjadi suatu faktor mahasiswa tidak mendapatkan informasi apalagi membuka *website* UIN Ar-Raniry dan juga sebagian mahasiswa tidak mengikuti akun media sosial UIN Ar-Raniry, sehingga tidak mengetahui informasi penting yang disampaikan oleh pihak Humas, kemudian ada mahasiswa sering melakukan gonta-ganti nomor HP dan tidak melakukan update ulang nomor Hp di siacad, sehingga hal ini menyebabkan kuota tidak diterima oleh mahasiswa yang bersangkutan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

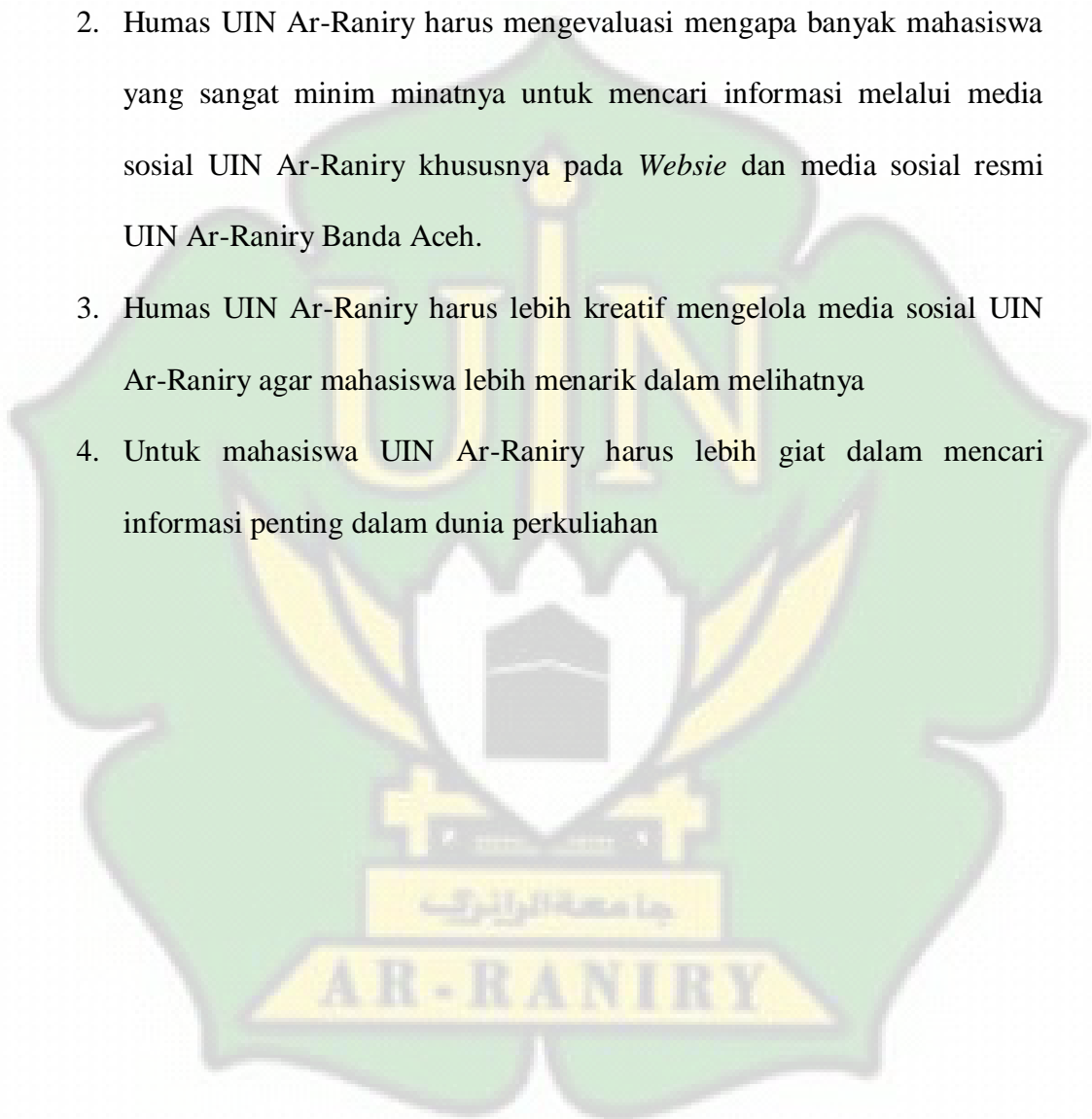
Berdasarkan dari hasil penelitian tentang “Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry Dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet Kepada Mahasiswa” maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang di dapatkan, yaitu:

1. Pola komunikasi yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan pemberian subsidi kuota kepada mahasiswa adalah pola komunikasi sekunder yaitu memanfaatkan media sosial sebagai sarana sosialisasi dan juga berkerja sama dengan Lembaga organisasi Mahasiswa UIN Ar-Raniry.
2. Humas UIN Ar-Raniry dalam mensosialisasikan pemberian subsidi kuota kepada mahasiswa: satu, harus melaukan koordinasi terlebih dulu dengan pimpinan agar informasi yang disebarkan tidak merusak citra UIN Ar-Raniry. Dan yang kedua, masih ada mahasiswa UIN Ar-Raniry yang tidak mengikuti media sosial UIN Ar-Raniry dan tidak ada inisiatif mahasiswa untuk mencari suatu informasi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry Dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet Kepada Mahasiswa” ” maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Humas UIN Ar-Raniry harus melakukan sosialisasi lebih mendalam lagi agar semua mahasiswa UIN Ar-Raniry mendapatkan informasi apasaja yang disebarakan oleh Humas UIN Ar-Raniry
2. Humas UIN Ar-Raniry harus mengevaluasi mengapa banyak mahasiswa yang sangat minim minatnya untuk mencari informasi melalui media sosial UIN Ar-Raniry khususnya pada *Websie* dan media sosial resmi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Humas UIN Ar-Raniry harus lebih kreatif mengelola media sosial UIN Ar-Raniry agar mahasiswa lebih menarik dalam melihatnya
4. Untuk mahasiswa UIN Ar-Raniry harus lebih giat dalam mencari informasi penting dalam dunia perkuliahan





## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*
- Canggara Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cultlip M Scrott, Center H Allen, Dkk. 2006. *Effective Public relations* Jakarta Fajar Inrerpratama
- Effendi, Uchjana, Onong. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendi, Uchjana, Onong. 1991. *Hubungan Masyarakat suatu studi komunikologis* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Haryanto, 2015. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi" EduLib
- Jefkins, Frank. 2003. *Public relations* edisi kelima. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Renhald. 1995. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Pustaka Utama
- Liliweri, Alo 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna* Jakarta : Kencana
- Muhammad Arni. 2014 *Komunikasi Organisasi* Jakarta PT Bumi Aksara
- Mulyana, Dedi. 2007 *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung Remaja Rosdakarya
- Nasir Muhammad. 2011 *Siapapun Bisa Jadi Humas*, (Tunas gemilang press
- Partanto A Pius dan Al Barry M. Dahlan. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*", Surabaya, Arkola
- Purwasito, Andrik. 2002. , *Komunikasi Multikultural* Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Rachmadi F 1992 *Publik Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,

- Ruslan Rosady. 2012 , *Manajemen Public relations & Media Komunikasi konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta Rajagrfindo
- Rakhmat,Jalaludin. 1994.*Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994
- Riofita, Hendra . 2016. *Komunikasi Bisnis*. Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra
- Romli,Khomsahrial, 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta : Grasindo,
- Roudhonah, 2007 *Ilmu Komunikasi* Jakarta: UIN Press,
- Sutriona Edi. 2011. *Budaya Organisasi*. Jakarta:Kencana Prenada Media Grup
- Silviani, MSP, Irene 2020.*Komunikasi Organisasi*. (Surabaya: PT. Socfindo Media Pustaka
- Sugiono, 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta
- Suyanto Joko, *Gender dan Sosialisasi* Jakarta Nobel Erdumedia
- Sutriona Edi. 2011. *Budaya Organisasi*. Jakarta:Kencana Prenada Media Grup
- Umrati, 2020. *Analisis Data Kualitatif*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jafray,
- Wiryanto, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta: PT. Grasindo
- Widjaja AW. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara
- Zuriah, Nurul. 2009.*metode pendidikan sosial dam pendidikan teori-aplikasi*, jakarta: Bumi Aksara

## DAFTAR LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.118/Un.08/FDK/KP.00.4/01/2022

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022

### DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen,  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi,  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional,  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen,  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi,  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil,  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh,  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry,  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry,  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry,  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry,  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor 025 04 2 423925/2021, Tanggal 23 November 2020

### MEMUTUSKAN

- Menetapkan  
Pertama : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Menunjuk Sdr 1) Zainuddin T, M. Si ..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Azman, S Sos I, M I Kom ..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KGU Skripsi:

Nama : Aulfar Farizi  
NIM/Prodi : 170401080/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry dalam Pemberian Subsidi Kouta Kepada Mahasiswa (Studi pada Sub Humas UIN Ar-Raniry)*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku,  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021,  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 10 Januari 2022 M  
8 Jumadil Akhir 1443 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Tembusan  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.  
5. Arsip  
Keterangan  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 10 Januari 2023



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.4925/Un.08/FDK-I/PP.00.9/12/2021  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

1. Kepala Bagian Humas UIN Ar-Raniry
2. Kepala PTIPD UIN Ar-Raniry

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **AUFAR FARIZI / 170401080**  
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Tibang, Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry Dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet Kepada Mahasiswa ( Studi Pada Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry)*

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 23 Desember 2021  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan,



*Berlaku sampai : 31 Desember  
2021*

Drs. Yusri, M.L.I.S.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
AR-RANIRY BANDA ACEH**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921 – 7552922 Fax. 0651-7552922  
Situs: <https://uin.ar-raniry.ac.id>

Nomor : B-109/Un.09/B.II.3/KS.02/01/2022 Banda Aceh, 10 Januari 2022  
Lamp : -  
Perihal : Izin Penelitian

Yth.  
**Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Assalamualaikum Wr Wb.

Sehubungan dengan surat nomor: B.4925/Un.08/FDK-I/PP.00.9/12/2021 tanggal 23 Desember 2021 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa dalam rangka menyusun/ penulisan Skripsi mahasiswa atas nama Aufar Farizi, Nim: 170401080 dengan judul "Pola Komunikasi Sosialisasi Humas UIN Ar-Raniry dalam Pemberian Subsidi Kuota Internet kepada Mahasiswa (Studi pada Sub Bagian Humas UIN Ar-Raniry).

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan penelitian tersebut di Humas UIN Ar-Raniry Banda Aceh, izin penelitian tersebut diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.

Demikian surat balasan ini disampaikan untuk dipergunakan seperlunya.

Assalamualaikum Wr.Wb.

Pranata Hubungan Masyarakat  
Ammi Matrya.

M. Saif Farzah Ali, MM

Tembusan:  
Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh