

Implementasi E-PR dalam Kegiatan Kehumasan Universitas Abdurrah

Nurul Mustaqimma¹⁾, Novi Dini Restia² Hawami³

^{1,2,3}Fakultas Teknik, Ilmu Komunikasi, Universitas Abdurrah, Pekanbaru
*E-mail: nurul.mustaqimma@univrab.ac.id¹, Novidini.restia@univrab.ac.id²

Abstract

Communication activities in the Information and Communication Technology are progressing very rapidly and the use of the internet is increasing every year. Technological advances require public relations to shift from conventional to modern. Many social media developments are increasingly like Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok and others. Public Relations of Abdurrah University is one that utilizes Digital Public Relations to provide information and increase the value and reputation of the University. The purpose of this study was to determine the extent of the application of Abdurrah University Digital Public Relations in managing the @univrab . Instagram media account. The main theory used in this research is Phillips & Young's Online Public Relations which consists of Transparency, Internet Porosity, Internet as an Agent, Richness in Content and Reach. This study uses a qualitative descriptive method with data collection methods interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that Abdurrah University's public relations have implemented Digital Public Relations seen from the context of the @univrab Instagram account in publicly open posts, anticipate accounts, use various kinds of social media and conduct outreach interactions to the public. Digital Public Relations needs to maximize Philips and Young's online theory to broaden the reach of interaction as well as make referrals in finding information.

Keywords : *Digital Public Relations, Social Media, E-PR implementation*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan komunikasi di era teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang sangat cepat dan penggunaan internet dari tahun ke tahun makin meningkat termasuk penggunaan media digital. Penyebaran informasi melalui media digital merupakan hal penting untuk dilakukan dan memberikan dampak dalam saluran komunikasi bagi dunia institusi ataupun perusahaan. Canggihnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dapat mengakses internet dengan mudah melalui aplikasi-aplikasi di media sosial melalui perangkat yang terhubung seperti laptop, smartphone dan sejenisnya yang memudahkan manusia

berkomunikasi untuk melakukan aktivitas pekerjaan termasuk pekerjaan bidang public relations.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menciptakan kehidupan yang baru yang segala sesuatunya dapat diselesaikan dengan lebih praktis. Berbagai macam media hadir untuk memudahkan manusia berinteraksi dalam berkomunikasi dengan melahirkan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media online yang dapat memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi dengan menggunakan internet. Data reportal temuan riset dari Hootsuite (We Are Social) menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta orang pada tahun 2022. Jumlah itu naik 21 juta dari tahun 2021 dengan jumlah 170 juta orang (Riyanto, 2022). Artinya, berdasarkan survey tersebut penggunaan internet mengalami peningkatan dan tidak dapat dipungkiri pada saat ini masyarakat telah memasuki dunia digital.

Salah satu platform media sosial yang mengikuti perkembangan zaman adalah instagram. Instagram merupakan salah platform atau aplikasi media baru dalam media sosial yang bisa mengunggah video, foto, mengirim pesan dan adanya banyak fitur yang tersedia seperti reels dan adanya filter- filter efek. Instagram juga merupakan salah satu bentuk media sosial yang termasuk dalam kemajuan teknologi yang banyak diminati oleh khalayak pada saat ini. Platform instagram ini di dirikan pada tahun 2010 secara gratis yang tersedia di Application Store dan play store. Di Indonesia penggunaan instagram pada tahun 2022 mencapai peringkat ketiga setelah youtube dan whatsapp. Jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara dengan 35,7 persen dari total populasi. Pengguna perempuan dari jangkauan iklan instagram ada sekitar 52,3 persen dan laki-laki 47,7 persen. (Riyanto, 2022)

Melalui penggunaan internet termasuk media sosial, kegiatan humas dari konvensional berubah ke modern membuat humas untuk bisa beradaptasi dengan hal-hal baru menggunakan internet. Implementasi yang baru di dalam humas menggunakan internet yang memberikan dampak dalam membina relasi dengan publik dan melakukan pengelolaan informasi dalam suatu institusi. Pemanfaatan teknologi internet dalam kegiatan kehumasan adalah salah satu cara agar suatu institusi dapat terus ada kehadirannya secara lebih luas dan terciptalah kegiatan humas digital.

Humas digital merupakan konsep baru dalam manajemen reputasi perusahaan. Hasil penelitian yang diteliti oleh (Syafaat & Wahyudin, 2020, p. 2) menunjukkan bahwa kegiatan hubungan masyarakat diadaptasi dengan menggunakan teknologi informasi komunikasi disebut sebagai praktik digital humas yang sudah banyak diterapkan oleh perusahaan seperti pemerintahan, institusi perguruan tinggi dan Bank.

Penggunaan internet khususnya media sosial instagram merupakan media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas hal dengan menggunakan praktik digital public relations yang memberikan dampak yang pesat pada perguruan tinggi. Untuk menciptakan brand yang unggul serta membangun reputasi yang baik dalam perguruan tinggi diperlukannya kerja sama dalam suatu institusi dari setiap bagian tim dan rancangan target yang terukur dalam sebuah manajemen yang baik dengan melakukan kegiatan humas digital melalui media sosial (Utami, 2021, p. 4)

Pentingnya penggunaan humas digital adalah dapat menjangkau publik yang lebih luas dan beragam, mengelola aliran informasi dan menjaga eksistensi dan value suatu institusi di dunia maya, dan dikelola dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan media placement di media mainstream, serta dapat membangun hubungan yang lebih akrab dengan publik karena adanya aliran informasi yang cepat. Alasan inilah yang menguatkan bahwa perlunya mengimplementasikan digital public relations pada saat sekarang (Nasrullah, 2017, p. 172).

Banyaknya institusi perguruan tinggi pada saat sekarang tertarik dan menggunakan humas digital dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai media penyebaran informasi komunikasi khalayak luas. Salah satu institusi perguruan tinggi yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai digital public relations adalah Universitas Abdurrab Pekanbaru. Universitas Abdurrab (Univrab) berdiri sejak tahun 2005 yang merupakan perguruan tinggi bercorak Islami yang menerapkan nilai-nilai Rabbani, Amanah, dan Beradab (RAB Value). Universitas Abdurrab mendapatkan peringkat ke empat Universitas terbaik swasta se-Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau dan Jambi dengan mahasiswa lebih kurang 2.500 orang tahun 2020/2021 (Aku pintar, 2022). Pada tahun 2021/2022 jumlah mahasiswa Universitas Abdurrab berjumlah 2.420 mahasiswa.

Program Studi yang awal dibangun di Universitas Abdurrah adalah kesehatan. Banyak dari masyarakat Riau yang sampai sekarang mengenal Universitas Abdurrah sebagai perguruan tinggi kesehatan karena dari sejarahnya Universitas Abdurrah ini merupakan cikal-bakal dari Rumah Sakit Prof. dr. H . Tabrani Rab pada tahun 1979 yang bermula dari chest clinic dan tahun 1983 lahir Yayasan Abdurrah Pekanbaru. Perkembangan chest clinic menjadi Rumah Sakit Rab Hospital dan kemudian dibukalah awal fakultas kesehatan pada tahun 1996 program studi Akademi Perawatan (Akper), Akademi Analisis Farmasi & Makanan (Akafarma) tahun 1999, Akademi Fisioterapi (Akfis) tahun 2002 dan Akademi Kebidanan (Akbid) tahun 2002.

Berdasarkan jangka lamanya fakultas kesehatan yang dibangun, memberikan kesan bahwa Universitas Abdurrah adalah Universitas Kesehatan yang melekat di masyarakat. Namun, fakultas yang ada di Universitas Abdurrah bukan hanya terdiri dari fakultas kesehatan, akan tetapi juga terdiri dari fakultas non kesehatan seperti Fakultas Teknik, Fakultas Psikologi dan sosial dengan jumlah semua 14 program studi sampai saat sekarang.

Pentingnya peran humas dengan banyaknya penggunaan internet khususnya media sosial, memberikan pengaruh yang besar dalam kegiatan humas digital Universitas Abdurrah untuk bisa mengembangkan informasi tentang kampus dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan branding. Menurut hasil penelitian Chairani Utami menjelaskan bahwa peran digital public relations melalui media sosial merupakan momentum yang bagus untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang mana aspek aktifitas di dunia maya lebih besar kekuatannya dalam melakukan komunikasi kepada publik (Utami, 2021, p. 3)

Maka, demi meningkatkan value dan reputasi yang baik, Universitas Abdurrah fokus menggunakan media instagram @univrab sebagai sarana informasi dan komunikasi. Pengikut atau followers di instagram Universitas Abdurrah berdasarkan data pada bulan April 2022 berjumlah lebih kurang 7.500 pengikut di instagram. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melihat bagaimana implementasi e-pr dalam kegiatan kehumasan universitas abdurrah agar mampu meningkatkan value dan reputasi Universitas Abdurrah bukan hanya sebagai Universitas kesehatan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan bentuk penelitian *fieldresearch* yang berupa peninjauan langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah implementasi e-pr dalam kegiatan kehumasan universitas abdurab. Subjek dalam penelitian yaitu direktur humas dan beberapa staff humas yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan universitas abdurab. Dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini meliputi orang-orang yang dipilih langsung oleh penulis atas dasar indikator tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan riset. Dalam penelitian ini, data primer yaitu wawancara dan observasi mengenai impleementasi e-pr humas digital dan data sekunder yaitu dokumentasi, laporan, jurnal dan buku yang relevan. Adapun teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi membandingkan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Keseluruhan data dikumpulkan, selanjutnya direduksi, pemberian lebel dan penarikan kesimpulan.

3. PEMBAHASAN

Penelitian ini memaparkan tentang bagaimana implementasi humas digital dalam pengelolaan media instagram @univrab dengan menggunakan konsep *Online Public Relations* Phillips & Young (2009) sebagai pisau analisis penelitian.

3.1. Transparency (Transparansi)

Transparency merupakan salah satu elemen utama dalam kegiatan online public realtions yang harus dijalankan dengan baik. Transparansi merupakan keterbukaan informasi oleh suatu institusi atau perusahaan yang diberikan kepada publik melalui media online yang digunakan. Pada tahap ini, peneliti ingin mengetahui apakah humas Universitas Abdurab melakukan transparansi kepada publik dalam menyampaikan informasi dengan media sosial yang digunakan. Dimana jenis elemen transparansi dari hasil wawancara informan, humas atau public relations Universitas Abdurab menggunakan Control, dan Covert Transparansi.

a. Keterbukaan Informasi yang Bersifat Umum

Melalui konten media sosial khususnya instagram, humas atau public relations Universitas Abdurab memberikaan informasi yang terbuka. Informasi yang disebarakan atau dibagikan bersifat umum, tidak ada informasi-informasi yang spesifik. Proses informasi yang

bersifat umum tergambar dari setiap postingan yang diunggah mulai dari tips and trik, motivasi, daily activity universitas dan prodi dan yang terpeting informasi promosi universitas. Proses informasi yang disampaikan secara terbuka yang diberikan kepada publik adalah apa yang sebenarnya sedang terjadi pada konten yang dibagikan. Konten yang dibagikan humas atau public relations seperti falyer-flayer, gambar, berita dan video di setiap media sosial yang digunakan.

Jenis konten yang dianalisis pada akun @univrab terdapat transparansi jenis controlled, overt, covert digunakan dalam proses penyajian konten di media sosial. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil temuan penelitian dalam wawancara dan observasi. Berikut adalah pemaparan hasil wawancara dengan Ibu Chitra, S.Pd selaku Admin Media Sosial :

“Instagram Univrab atau yang kami pegang tidak ada akun privat atau tidak dikunci, jadi untuk informasi yang ada disebarkan general atau bersifat umum. Informasi yang dibagikan biasanya bersifat random seperti beasiswa, daily activity universitas serta informasi-informasi promosi universitas dan prodi-prodi”

Hal ini juga diperkuat Bapak Kennepri, S. IP., M.Si sebagai Direktur Humas Universitas Abdurrab terkait apakah humas atau public relations telah tranparansi dalam memberikan informasi kepada publik :

“Informasi yang disampaikan terbuka dan humas juga menerima informasi atau berita-berita yang disampaikan dari prodi-prodi dan tetap akan disampaikan media sosial seperti prestasi-prestasi yang diraih oleh kampus maupun mahasiswa”.

Pada elemen transparansi yang diterapkan dalam konten akun instagram @univrab terkait proses control, dilakukan control pada setiap postingan yang akan dibagikan ke media sosial kepada Ibu Chitra, S.Pd selaku Staff Humas dan Admin Media sosial

“Informasi yang akan disebarkan atau dibagikan di media sosial tetap melakukan pengecekan ulang postingan atau konten-konten yang telah dibuat. Pengecekan ulang dilakukan oleh Direktur humas untuk melihat layak atau tidaknya konten tersebut untuk diunggah atau disebarkan ke media sosial”

Hal tersebut diperjelas oleh Bapak Kennepri, S. IP., M.Si selaku Direktur Humas Universitas Abdurrab untuk memeperkuat hasil dari wawancara penulis menemukan bahwa

benar humas atau public relations menyaring informasi-infromasi sebelum dibagikan kepada publik agar tidak menimbulkan polemik :

“Sebagai humas kami tentu menyaring informasi-informasi sebelum disampaikan kepada publik, artinya apa yang humas sampaikan tidak menimbulkan polemik ataupun unsur sara di semua media sosial”

Elemen overt transparansi yaitu transparansi secara terbuka dengan menggunakan media sosial apa saja yang dimiliki universitas dalam menyampaikan informasi

“Informasi yang disampaikan merupakan informasi yang bermanfaat, seperti informasi yang dibutuhkan oleh publik atau pun calon mahasiswa baru tentang telah dibukanya penerimaan mahasiswa baru dengan adanya diskon setiap gelombangnya. Informasi bisa diperoleh pada media sosial Instagram, Tiktok, Facebook dan Website.

Pernyataan di atas diungkapkan oleh Ibu Gholda S. Farm., M.Biomed selaku Staff Humas dan Admin Media Sosial Universitas Abdurrab. Hal ini juga diperkuat oleh Ibu Fenny selaku Kepala Bagian Humas Universitas Abdurrab bahwa media yang aktif digunakan ada Instagram, Facebook dan Tiktok :

“Kita banyak menggunakan media-media online untuk menyampaikan informasi dan sebagai media promosi. Media sosial yang paling aktif digunakan sekarang adalah Instagram, Facebook dan Tiktok yang juga sudah mulai aktif”

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi dilapangan bahwa benar humas atau public relations Universitas Abdurrab telah menyampaikan informasi yang transparan atau terbuka, tidak adanya informasi yang spesifik yang diunggah atau disebarkan di media sosial.

b. Menambah Wawasan

Segala aspek kehidupan pada saat ini tidak terlepas dari penggunaan media digital. Segala macam hal informasi bisa kita dapatkan dari internet. Hal ini tentunya sangat membantu kegiatan ataupun komunikasi manusia untuk lebih mudah memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan yang lebih baik. Wawasan diartikan sebagai pandangan seseorang terhadap sesuatu tentang apa yang diketahuinya.

Untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, humas juga berperan penting dalam memberikan informasi kepada publik. Pada era digital sekarang, yang mana humas dituntut

untuk dapat menyampaikan informasi dengan lebih efektif dan kreatif. Keberadaan humas di Universitas Abdurrah berfungsi untuk membangun hubungan yang baik dengan publik, mengelola informasi dan opini publik dan sebagainya.

Humas atau public relations Universitas Abdurrah memberikan informasi yang transparan kepada publik. Informasi yang diunggah tidak hanya tentang informasi universitas tetapi juga adanya informasi yang bisa memperluas wawasan publik. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Fenny Anita M. Pd selaku kepala bagian humas Universitas Abdurrah yang menyatakan informasi yang dibagikan ke media sosial merupakan informasi yang membangun dengan menyaring informasi yang disampaikan dari prodi-prodi juga. Informasi yang dibuat seperti informasi keagamaan, motivasi tetapi informasi ini tidak hanya diunggah di media sosial instagram saja

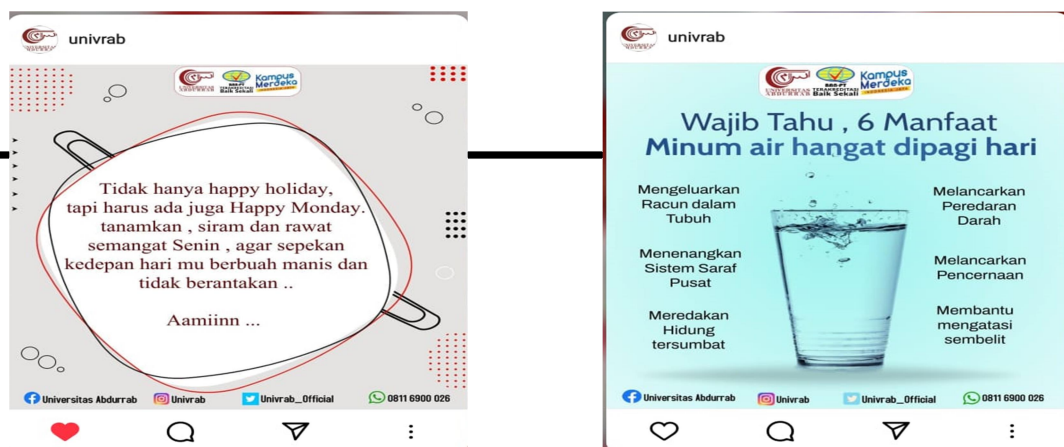
“Ya, seperti hari jum’at kita menyampaikan informasi keagamaan di media sosial, jadi informasi yang kita berikan tidak hanya informasi kampus dan tidak hanya dishare di media instagram univrab saja, di instagram prodi juga ada”

Hal ini juga dipertegas oleh Ibu Chitra selaku Staff dan Admin Media Sosial Universitas Abdurrah :

“Konten informasi yang kita share seperti informasi yang lagi trending misalnya kayak tips and trik berisikan ilmu-ilmu seperti informasi-informasi manfaat vitamin c bagi tubuh, yang mana ini berkaitan dengan prodi farmasi. kemudian nanti ada video-videonya, motivasi, dan bahkan informasi keagamaan gitu dan beasiswa”

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan menemukan bahwa informasi yang diunggah di media sosial merupakan informasi yang terbuka yang disampaikan oleh humas Universitas Abdurrah dan tidak hanya informasi seputar Universitas Abdurrah saja, tetapi informasi yang diberikan juga informasi yang membangun dan menambah wawasan serta pengetahuan publik seperti motivasi, tips and trik serta keagamaan.

Gambar 6
Unggahan Informasi Instagram Univrab



Sumber : Instagram Univrab

3.2. Internet Porosity (Porositas Internet)

Informasi suatu institusi atau perusahaan dipublikasikan lebih informal melalui media online ketika berinteraksi dengan publik secara lebih transparan. Internet porosity menjelaskan bahwa informasi yang tidak sengaja bocor ke publik disebabkan banyak melakukan komunikasi yang di media sosial lainnya seperti Facebook, Email dan yang lainnya. Maka oleh karena itu, beberapa informasi melalui media yang digunakan dapat lebih mudah bocor kepada publik karena mudahnya akses tersebut.

3.3. Antisipasi dalam Menjaga Informasi

Dalam menghadapi suatu permasalahan, antisipasi merupakan hal yang terpenting yang harus dipersiapkan untuk menghadapi suatu situasi baru atau memecahkan masalah yang datang. Antisipasi merupakan tindakan suatu ramalan atau kejadian yang belum ataupun yang sudah terjadi dalam menghadapi permasalahan. Termasuk antisipasi informasi melalui media sosial. Antisipasi dalam media sosial sangat penting untuk dilakukan agar informasi bisa tetap terjaga dengan aman.

Porositas Internet menjelaskan bahwa informasi yang tidak sengaja bocor ke publik disebabkan banyak menggunakan media sosial lainnya seperti Facebook, Email, Blog, Instagram dan yang lainnya dalam memberikan informasi. Setelah peneliti turun ke lapangan, peneliti melakukan wawancara kepada informan dan mengatakan bahwa ada beberapa media internet yang digunakan oleh public relations atau humas Universitas Abdurrah sangat beragam seperti Facebook, Instagram, Website, Tiktok dan Twitter. Untuk sekarang demi menjaga keamanan dan kerahasiaan informasi tim humas atau public relations membangun kerja sama dengan tim IT Universitas.

Keamanan ini sangat dibutuhkan untuk dapat membantu agar akun media internet yang digunakan oleh tim public relations tidak dapat dibuka atau diretas oleh orang lain. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Kennepri selaku Direktur Humas Universitas Abdurrah menyatakan bahwa pernah terjadi terkait kebocoran informasi. Kebocoran informasi ini dari media facebook yang digunakan tetapi kebocoran informasi ini telah lama, akan tetapi pihak humas mencoba melakukan proses antisipasi keamanan untuk

menjaga akun media sosial dengan melakukan kerja sama dengan tim IT Universitas (Wawancara, 05 Juni 2022):

“Dulu Facebook kita pernah diretas tapi kejadian itu sudah lama bukan saat humas sekarang, tapi kita minta tolong kepada tim IT kita untuk memperbaikinya dan sekarang adanya keamanan yang berkerja sama dengan tim IT termasuk Website Universitas”

Hal tersebut juga dipertegas oleh Ibu Fenny Anita, M.Pd selaku Kepala Bagian Humas Universitas Abdurrahman :

“Memang kita banyak menggunakan media sosial lainnya, untuk kebocoran informasi pernah terjadi lebih tepatnya akun Facebook kita dihack oleh orang yang tak bertanggung jawab, tapi untuk sekarang tidak pernah terjadi lagi karena sudah kerja sama dengan tim IT (Informasi Teknologi) di kampus kita”.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan menemukan bahwa akun media sosial yang digunakan oleh public relations atau humas Universitas Abdurrahman untuk sekarang telah terjaga keamanannya. Hal ini dibuktikan bahwa humas telah mencoba melakukan antisipasi keamanan dan melakukan kerja sama dengan tim informasi teknologi (IT) dalam menyampaikan informasi melalui media yang digunakan. Keamanan dalam akun media sosial yang dilakukan oleh humas adalah supaya akun ataupun informasi-informasi tidak mudah diretas oleh orang lain.

3.4. Internet As an Agent (Internet Sebagai Agen)

Elemen humas digital atau digital public relations selanjutnya adalah internet as an agent yang merupakan suatu informasi berupa kata-kata, video, gambar, dan lainnya yang dapat diubah oleh orang dan teknologi dalam proses ini, internet yang bertindak sebagai agen. Semua kegiatan pada saat sekarang menggunakan internet dan banyak media yang kemudian memberikan pemahaman yang baru. Termasuk humas yang juga menggunakan media internet dalam menyampaikan informasi. Ditahap ini, peneliti ingin mengetahui media internet apa saja yang digunakan oleh humas atau public relations Universitas Abdurrahman dalam menyampaikan informasi kepada publik.

a. Instagram sebagai Media Informasi Universitas

Media merupakan salah satu alat komunikasi elektronik. Salah satu media yang banyak digunakan pada saat sekarang adalah media sosial. Media sosial adalah suatu alat atau layanan informasi, ide, konten dan lainnya dengan menggunakan internet. Media sosial

sangat beragam salah satunya instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer. Keberadaan instagram sangat mempengaruhi dalam segala bidang yang ada termasuk dalam menyampaikan informasi termasuk bidang humas atau public relations.

Media sosial instagram sering digunakan oleh humas atau public relations untuk membuat dan membagikan konten-konten informasi Universitas Abdurrab. Media sosial instagram digunakan humas Univesitas Abdurrab untuk menyampaikan infromasi. Informasi yang dilakukan oleh humas diinstagram universitas beragam mulai dari kegiatan universitas, mahasiswa, keagamaan, motivasi serta tips dan trik.

Setelah peneliti turun ke lapangan, peneliti melakukan wawancara kepada informan dan mengatakan bahwa aplikasi media sosial instagram merupakan aplikasi yang banyak digunakan terutama pada generasi milenial khususnya target kita adalah calon mahasiswa. Instagram juga merupakan salah satu media yang paling aktif digunakan untuk menyampaikan informasi dan followers instagram @univrab mencapai di atas 5000. Aplikasi media sosial instagram lebih memprioritaskan flayer, foto dan video dalam memberikan informasi. Informasi yang diunggah baik itu informasi univeritas, prodi maupun mahasiswa serta informasi-informasi motivasi, tips dan trik.

“Instagram itukan sekarang rata-rata bisa dikatakan aplikasi booming. Kita juga menjadikan ini sebagai salah satu wadah atau media yang digunakan humas untuk menyampaikan pesan kampus kita, mulai itu dari kegiatan kampus ataupun kegiatan mahasiswa kita dan value yang dibangun di instagram tetap ada unsur RAB yang menjadi ciri khas univrab”

Pernyataan di atas diungkapkan oleh Bapak Kenepri, S.IP., M.Si selaku Direktur Humas Universitas Abdurrab. Informasi yang di bagikan berupa foto disertai dengan kata-kata dan video yang melibatkan mahasiswa-mahasiswa Universitas Abdurrab dalam mengemas dan menyampaikan pesan. Hal ini sesuai dengan pertanyaan selanjutnya yang penulis tanyakan kepada Ibu Chitra S.Pd selaku Staff dan admin media sosial :

“Kita lebih aktif di instagram ya untuk memberikan informasi. Kalau dulu informasi di instagram disampaikan oleh mahasiswa setiap program studi karena adanya live ngobrol daring, jadi live tersebut biasanya yang menjadi pembicara atau tamunya adalah mahasiswa yang aktif di program studinya atau pun yang bisa dalam menyampaikan informasi tersebut. Tapi untuk sekarang informasi yang diunggah informasi yang random”

Gambar 7
Unggahan Instagram Univrab



Sumber: Instagram @univrab, 2022

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap Informan, informasi di atas menunjukkan bahwa media sosial Instagram adalah media utama yang penting dan aktif dalam menyampaikan informasi bagi humas atau public relations Univrab. Informasi yang disampaikan baik berupa foto dan kata-kata, video serta adanya live streaming yang dilakukan. Aplikasi ini dengan lebih mudah untuk mendapatkan informasi seputar universitas maupun informasi yang bermanfaat lainnya dan aplikasi Instagram yang digunakan juga sangat berguna untuk promosi universitas dengan cepat karena adanya promosi berbayar yang dilakukan.

b. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menciptakan kehidupan baru. Kehidupan baru menciptakan era informasi yang serba cepat dan praktis. Pada saat sekarang berbagai macam media pun hadir mempunyai peranan penting yang menjadi patokan hidup bagi masyarakat dalam mencari informasi dan komunikasi. Berbagai macam media pun hadir pada saat sekarang yang mempermudah masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi. Salah satunya pada media sosial yang menghadirkan banyak platform.

Media sosial merupakan salah satu media online yang menggunakan internet. Publik dapat lebih mudah berinteraksi lebih luas dengan yang lainnya. Kehadiran media sosial bisa berbagi menciptakan isi konten, berpartisipasi melalui dunia online atau dunia virtual. Melalui internet, informasi-informasi yang disampaikan harus diadaptasi untuk keperluan publik atau masyarakat. Informasi yang diunggah merupakan informasi yang bermanfaat melalui jejaring sosial khususnya instagram seperti informasi-informasi edukasi meliputi motivasi, tips serta informasi keagamaan.

Media sosial instagram sering digunakan humas atau public relations khususnya Universitas Abdurrah untuk menyampaikan informasi edukasi. Informasi edukasi merupakan suatu pesan yang memberikan ilmu-ilmu pengetahuan dari yang tidak tahu menjadi tahu yang bertujuan untuk mendidik dan memperluas wawasan. Humas atau public relations Universitas Abdurrah tidak hanya memberikan informasi-informasi seputar universitas, tetapi juga memberikan informasi-informasi edukasi baik itu berupa foto maupun video yang diunggah di instagram. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Fenny Anita S.Pd., M.Pd selaku kepala bagian humas Universitas Abdurrah yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan adanya informasi keagamaan pada setiap hari jum'at dan juga informasi motivasi yang diunggah atau disampaikan di media sosial instagram :

“Seperti hari jum'at, kita menyebarkan informasi keagamaan. Agenda ini merupakan agenda tertentu pada setiap jum'atnya. Informasi yang kita sebarkan juga ada informasi motivasi, tips dan trik lainnya”

Hal ini juga dipertegas oleh Ibu Chitra S.Pd selaku Staff dan Admin Media Sosial Universitas Abdurrah :

“Untuk konten informasi yang kita share itu minimal dalam satu hari ada tiga konten informasi yang diambil baik itu branding ataupun tips dan yang lainnya. Kek hari jum'at biasanya berisi jum'at berkah ataupun doa-doa semacamnya, motivasi juga ada dan tidak melulu informasi nya soal nya kampus”

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan menemukan bahwa informasi yang diunggah atau yang disampaikan oleh humas Universitas Abdurrah melalui media sosial instagram merupakan informasi edukasi yang berisikan keagamaan yang pada setiap hari jumatnya dan juga adanya informasi motivasi yang bisa mendidik dan bermanfaat bagi publik dan

ini tentunya humas Universitas Abdurrab tetap menyampaikan informasi berbasis Rabbani, Amanah dan Beradab (RAB) yang sesuai dengan visi misi Universitas Abdurrab.

Gambar 8
Unggahan Informasi Edukasi



Sumber: Instagram @univrab, 2022

c. Langkah-Langkah Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Informasi

Media sosial instagram merupakan media sosial yang populer dikalangan generasi milenial pada saat sekarang. Berbagai macam fitur di instagram hadir dengan menarik yang bisa membagikan foto, video, dan bahkan adanya reels dan bisa membuat konten atau informasi melalui instastory instagram. Instagram selain digunakan untuk mengunggah foto dan video, pengguna bisa saling berbagi komentar suka, bahkan komentar didalam suatu postingan konten foto dan video.

Seiring perkembangan instagram, untuk mengunggah suatu konten tentunya mempunyai cara atau langkah agar konten yang dibagikan bisa menarik perhatian pengguna lainnya dan tidak salah posting konten. Langkah-langkah merupakan tahapan atau metode yang dilakukan mulai dari

awal sampai dengan prosedurnya. Termasuk yang dilakukan oleh humas atau public relations Universitas Abdurrah dalam mengunggah konten atau informasi.

Bagi suatu institusi, langkah-langkah dalam mengunggah konten merupakan suatu cara untuk dapat memberikan hasil informasi yang menarik, baik dan tentunya bermanfaat bagi masyarakat. Humas atau public relations Universitas Abdurrah menggunakan instagram sebagai media utama dan media yang aktif digunakan untuk dapat menarik perhatian publiknya termasuk calon mahasiswa baru.

Setelah peneliti turun ke lapangan peneliti melakukan wawancara kepada informan bahwa dalam mengunggah atau menyebarkan informasi baik itu berupa foto, gambar, flyer dan video, humas melakukan langkah pengecekan ulang konten dan informasi. Pengecekan ulang konten dilakukan oleh Direktur Humas Universitas Abdurrah. Pengecekan ulang konten informasi bertujuan untuk tidak terjadinya pro dan kontra informasi baik itu terhadap publik internal dan eksternal.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada Ibu Chitra S.Pd selaku Staff dan Admin media sosial Universitas Abdurrah yang mengatakan informasi yang akan diunggah atau disebarkan tetap melakukan pengecekan ulang oleh tim media sosial kemudian dicek ulang oleh direktur sampai dengan keputusan upload atau tidaknya suatu konten tersebut :

“Kita tetap melakukan langkah pengecekan ulang terlebih dahulu. Karena sebelum mengupload dicek ulang dulu oleh direktur humas, nanti kalau misalnya oke baru kita upload ke semua media sosial termasuk instagram begitupun dengan captionnya”

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Kenepri S.IP., M.Si selaku Direktur humas Universitas Abdurrah :

“Langkahnya tetap ada pengecekan ulang postingan termasuk flyer-falyer yang dibuat. Contohnya tim media sosial kemudian diserahkan ke direktur dan direktur yang menentukan yes upload atau tidaknya postingan tersebut”

Dari Hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan, informasi di atas menunjukkan bahwa humas atau public relations Universitas Abdurrah tetap melakukan langkah-langkah pengecekan ulang dalam menyampaikan informasi kepada publiknya.

3.5. Richness in Content and Reach (Kekayaan Konten dan Jangkauan)

Elemen terakhir dalam digital public relations adalah elemen Richness in content and reach yang merupakan kekayaan informasi akan konten yang diberikan melalui jangkauan internet. Public relations atau humas dalam institusi menyampaikan informasi dengan berbagai macam bentuk konten yang diciptakan, seperti gambar dan video atau situs resmi dan akan berpengaruh pada bertambahnya jangkauan dalam kekayaan informasi melalui media yang digunakan. Dalam kekayaan konten dan jangkauan didalam humas atau public relations terdapat dua perkembangan yang harus dilakukan. Pertama, penciptaan konten yang kaya seperti video, foto, suara dan lain-lain. Kedua, keterlibatan orang-orang yang berpengaruh dalam konten yang diciptakan yang akan menambah kekayaan dengan berbagai cara seperti melalui blog, forum komunitas online dan sebagainya.

3.51. Menciptakan Konten

Media internet khususnya media sosial memberikan peluang kepada penggunanya untuk dapat membuat konten yang menarik dengan fitur-fitur yang telah disediakan. Konten merupakan suatu alat komunikasi informasi yang berada atau tersedia dimedia, termasuk media sosial yang meliputi gambar, video, teks maupun audio. Konten yang dibagikan bisa melalui internet, televisi, ataupun yang lainnya. Konten juga merupakan media yang penting dalam penyampaian informasi.

Melalui media sosial, dalam suatu institusi humas harus menciptakan konten yang menarik dan kreatif agar bisa menjangkau publik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Konten informasi yang diberikan memanfaatkan beberapa media sosial seperti instagram, website, facebook, titkok untuk bisa menyebarkan informasi serta meningkatkan branding universitas. Media sosial yang digunakan humas universitas dalam memberikan informasi berupa konten promosi berbayar yang dilakukan pada media instagram, menyebarkan flayer-flayer kegiatan pada semua media sosial yang digunakan dan video-video tentang seputar universitas. Kemudian, dalam menciptakan dan memberikan informasi melalui konten yang telah dibuat, humas atau public relations melibatkan mahasiswa-mahasiswa yang berprestasi dan aktif dalam media sosial. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Kenepri, S. IP., M.Si selaku Direktur Humas

Universitas Abdurrab menyatakan bahwa konten-konten informasi yang diunggah di media sosial dibuatkan flyer-flyer tentang semua kegiatan di universitas dan juga dibuatnya video-video media profil agar bisa membangun branding universitas :

“Yang kita lakukan tentu pembuatan dan penyebaran flyer, video ada juga kita buat untuk media profil kampus, sehingga nanti jangkauannya lebih luas dan kemudian setiap kegiatan-kegiatan yang ada di universitas itu kita buatkan flyernya terus kita post di media sosial untuk bisa membangun branding kita dan juga menarik calon mahasiswa untuk bisa bergabung”

Memperkuat hasil wawancara di atas, dapat diambil kesimpulannya adalah bahwa yang dilakukan humas atau public relations Universitas Abdurrab dalam menciptakan konten-konten informasi yang disajikan berupa flyer, foto atau gambar bahkan video-video kegiatan dan konten informasi berupa tips dan trik. Hal ini dilakukan untuk membangun branding dan menarik minat calon mahasiswa.

3.52. Interaksi Jangkauan

Interaksi merupakan suatu tindakan untuk mempengaruhi orang lain. Dalam media sosial pentingnya melakukan upaya peningkatan interaksi untuk memluas jangkauan publik. Interaksi jangkauan dalam media sosial merupakan jumlah pengguna yang melihat yang mungkin dapat berinteraksi dengan konten yang diunggah atau disebarkan.

Pada instagram, Universitas Abdurrab melakukan interaksi jangkauan publiknya dengan melakukan jangkauan berbayar dengan melakukan iklan bersponsor untuk memperluas jangkauan publik. Jangkauan publik yang dilakukan humas atau public relations Universitas Abdurrab meliputi daerah Riau Khususnya dengan jangkauan mencapai lebih kurang 75.000 jangkauan.

“Jadi kita menggunakan iklan bersponsor untuk mendapatkan jangkauan yang luas khusus target di wilayah Riau sekitar. Jangkauan yang kita dapatkan diiklan ini menggunakan tarif kalau saya gak salah ada Rp.150.000 kurang lebih untuk 71.000 orang jangkauan dan dengan target usia produktif kuliah dan orang tua”

Penyataan di atas diungkapkan oleh Bapak Kenepri, S.IP., M.Si selaku Direktur Humas Universitas Abdurrab (Wawancara, 30 Mei 2022). Hal ini juga diperkuat oleh Ibu Chitra S.Pd selaku Staff dan Admin media sosial :

“Ada 75.000 jangkauan perhari dengan biaya minimal lebih kurang Rp.150.000 untuk promosi berbayar ini. Promosinya di instagram bersponsor gitu “

Program promosi berbayar ini merupakan satu jenis interaksi jangkauan yang berguna untuk mensponsori konten instagram Universitas Abdurrah dan melihat jumlah jangkauan.

“Jangkauan insight instagram kita mencapai 75.000 jangkauan dengan menggunakan instagram bersponsor. Sedangkan akun yang dijangkau mencapai 270.000 akun yang berinteraksi itu mencapai 1.700-an”

Berdasarkan dapatan penelitian menunjukkan bahwa interaksi jangkauan yang dilakukan humas atau public relations Universitas Abdurrah menggunakan iklan atau promosi berbayar untuk mendapatkan jangkauan publik yang lebih luas serta melibatkan mahasiswa yang berprestasi dan banyak followersnya dalam memberikan informasi.

4. KESIMPULAN

Humas digital atau digital public relations Universitas Abdurrah sudah mengimplementasikan pengelolaan akun media instagram @univrab sebagai bentuk meningkatkan value dan reputasi Universitas. Humas Universitas Abdurrah memberikan informasi secara transparan melalui media sosial khususnya instagram @univrab untuk memberikan informasi seputar Universitas dan memberikan informasi yang bermanfaat dalam setiap konten yang diunggah. Informasi yang diberikan tidak hanya berupa kata-kata atau tulisan, humas juga menyebarkan atau memberikan informasi dalam bentuk yang beragam seperti flayer, video dan gambar yang semuanya bisa didapatkan di media sosial resmi yang aktif digunakan Universitas yaitu Instagram, Facebook, Tiktok dan bahkan Website. Kemudian, didukung dengan meluaskan jangkauan konten dengan melakukan promosi bersponsor atau berbayar pada akun instagram serta melibatkan mahasiswa yang berprestasi dalam menyampaikan informasi universitas. Hal ini tidak hanya dilakukan sekali, tetapi dilakukan secara berkelanjutan. Pemanfaatan media sosial instagram merupakan sebagai salah satu media informasi. Saran yang diberikan yaitu hendaknya humas universitas abdurab melibatkan partisipasi seluruh civitas akademik dalam mendistribusikan konten digital dari PR Univrab agar informasi mudah cepat terekspos dan meningkatkan interaksi kepada publik.

REFERENSI

- Aku Pintar. (2022). Lihat Universitas Abdurrahman - Aku Pintar: <https://akupintar.id/universitas/-/kampus/detail-kampus/universitas-abdurrahman/profil>, diakses pada 23 Maret 2022 pukul 16.27 WIB.
- Nasrullah, Rulli. (2017). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2016). Pemanfaatan Digital Public Relations dalam Sosialisasi Tagline "Jogja Istimewa" Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, *Jurnal Aristo*, 4(1), 136
- Riyanto, Andi Dwi. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>, diakses pada 25 Maret 2022 pukul 10.14 WIB.
- Syafaat, Muhammad, & Delmia Wahyudin. (2020). Analisis Implementasi Digital Public Relations pada Konten Instagram @Alaminuniversal. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1)1-3.
- Utami, Chairani. (2021). Implementasi Digital Public Relations dalam Pengelolaan Akun Instagram @InfoPublikRiau Pemerintah Provinsi Riau

