

MEMBANGUN CITRA FDK TV UIN SUMATERA UTARA DALAM MEWUJUDKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNGGUL

Nurhanifah¹, Muhamad Wahyu², Latifah Rahmawati³, Risky Azzahra⁴, Fauzi Iqbal⁵, Ade Nurlita⁶

- ¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; nurhanifah@uinsu.ac.id
- ² Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; muhamad0101212107@uinsu.ac.id
- ³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; latifahrahmawati40@gmail.com
- ⁴ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; riskyazzahra17@gmail.com
- ⁵ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; fauziiqbal827@gmail.com
- ⁶ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; cutadenurlita814@gmail.com

Abstract

Keywords:
Role, Media, Image

Public opinion documentation is part of FDK TV's activities; it is the first manifestation of FDK in terms of audio visual and program implementation in an effort to create a good relationship with the public and provide satisfactory services. Descriptive qualitative research is a type of research in which FDK TV staff members perform various tasks, such as providing information to the media and analyzing feedback and suggestions. These tasks are assigned by the Head of FDK Laboratory. This research provides accurate and systematic data about the facts and phenomena that occur in the field. The purpose of this research is to find out how our understanding of society as a whole is shaped by public relations. The role of FDK TV consists of internal and external roles, namely providing information to employees from all levels of society both at the university and faculty. It is clear that the role of FDK TV in building the image of FDK UIN SU is very important. With the current condition, there is certainly progress and a positive view of the institution. So far, FDK TV has taken part in tangible activities aimed at shaping public opinion.

Kata kunci:
Peran, Media, Citra

Abstrak

Article history:
Received: 5-07-2024
Revised 9-07-2024
Accepted 11-07-2024

Dokumentasi opini publik adalah bagian dari aktivitas FDK TV; ini menjadi perwajahan awal dari FDK dalam hal audio visual dan pelaksanaan program dalam upaya untuk menciptakan hubungan yang baik dengan publik dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian di mana anggota staf FDK TV melakukan berbagai tugas, seperti memberikan informasi kepada media dan menganalisis umpan balik dan saran. Tugas-tugas ini diberikan oleh Kepala Laboratorium FDK. Penelitian ini memberikan data akurat dan sistematis tentang fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemahaman kita tentang masyarakat secara keseluruhan dibentuk oleh hubungan masyarakat. Peran FDK TV terdiri dari peran internal dan eksternal, yaitu memberikan informasi kepada karyawan dari seluruh lapisan masyarakat baik di universitas maupun fakultas. Sudah jelas bahwa peran FDK TV dalam membangun citra FDK UIN SU sangat penting. Dengan kondisi saat ini, tentu ada kemajuan dan pandangan positif tentang institusi. Sejauh ini, FDK TV telah mengambil bagian dalam kegiatan nyata yang bertujuan untuk membentuk pendapat publik. Upaya ini mencakup berkomunikasi dengan baik, bersikap ramah, berpartisipasi dalam kegiatan bersama, dan memberi tahu masyarakat tentang berbagai kegiatan yang dilakukan oleh FDK UIN SU.

Corresponding Author: (Muhamad Wahyu Suciono)

Muhamad Wahyu Suciono

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia; muhamad0101212107@uinsu.ac.id

PENDAHULUAN

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara (UIN SU) diresmikan sebagai Institut Agama Islam Negeri Sumatra Utara (IAIN SU) pada tahun 2014. Universitas Islam Sumatera Utara (UIN SU) menjadi universitas dengan membuka jurusan dan fakultas baru yang umum tetapi tetap menawarkan pendidikan berbasis Islam.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) TV UIN SU bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi agar masyarakat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU memahami Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan juga Universitas dengan benar. Dokumentasi opini publik, pembuatan lingkungan pemberitaan yang aktual dan faktual, dan pelaksanaan program adalah bagian dari upaya FDK TV. Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan yang baik dengan publik dan menyediakan layanan yang memuaskan. Kru FDK TV ditugaskan oleh Kepala Laboratorium (Kalab) FDK untuk melakukan berbagai tugas, termasuk menyusun dan menyebarkan berita untuk dikonsumsi oleh media, memberikan informasi kepada media, mengelola survei opini publik, dan menganalisis umpan balik dan rekomendasi.

Studi menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap produk yang dibuat dan diterima membentuk citra FDK. Salah satu contohnya adalah prestasi mahasiswa FDK UIN SU di tingkat nasional dan internasional. Mengembangkan MoA Internasional dengan Universitas Burapha. Dia adalah Juara 1 Tarung Derajat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam PON XX di Papua dan Juara 2 Lomba Produk Inovasi di Sumatera Utara.

Untuk memastikan bahwa publik memahami dan menghargai hasil Hubungan Masyarakat, institusi membutuhkan gambaran. Ini akan memungkinkan hubungan masyarakat untuk bekerja dengan baik karena hasilnya. Ciri menunjukkan apa yang telah dicapai oleh organisasi atau lembaga dan apa yang telah dicapainya. Gambaran yang baik akan menumbuhkan kepercayaan publik internal dan eksternal tentang kinerja institusi tersebut, yang layak dipandang masyarakat. Sebaliknya, gambaran yang buruk akan menimbulkan pandangan yang buruk tentang institusi tersebut.

Digitalisasi, akreditasi universitas, dan internasionalisasi adalah indikator keberhasilan media dalam mengubah FDK. Media sangat penting untuk membangun citra perguruan tinggi, terutama citra fakultas, di masyarakat. Selain itu, TV FDK berfungsi sebagai media untuk mensosialisasikan Fakultas kepada masyarakat umum. Diharapkan bahwa media ini akan memberikan dukungan dan tanggapan positif terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan Universitas.

Untuk mempertahankan citra FDK, TV FDK menggunakan perang cyber. Bertanggung jawab atas peran hubungan masyarakat, FDK TV memberikan informasi dan umpan balik, menerima kritik dan menyarankan, dan menunjukkan bahwa FDK adalah fakultas yang baik dan harus dipertahankan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah kekurangan sumber daya manusia; ini berarti bahwa staf FDK TV memiliki waktu dan tenaga yang terbatas.

Berdasarkan hal-hal di atas, penulis terdorong untuk menulis tentang peran FDK televisi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk

meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi mahasiswa FDK UIN SU dan membuatnya mampu bersaing dengan PTN lainnya di Indonesia. Studi berjudul "Membangun Citra FDK TV UIN Sumatera Utara Dalam Mewujudkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unggul" akan dilakukan.

TEORI/KONSEPTUAL

Teori citra Frank Jefkins digunakan dalam penelitian ini. Dalam buku *Public Relationsnya*, dia mendefinisikan citra sebagai "gambaran yang (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan jasa dari suatu organisasi". Citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang didasarkan pada pengalaman, kepercayaan, perasaan dan pengetahuan. Oleh karena itu, persepsi konsumen terhadap citra dapat dipengaruhi oleh fasilitas perusahaan dan layanan yang diberikan oleh staf ataupun karyawannya (Frank j, 2003).

Organisasi biasanya berhubungan dengan media untuk menjadi lebih dikenal dan menyenangkan pelanggan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, lembaga menggunakan media untuk menunjukkan citra terbaiknya kepada publik eksternal (Azman, 2018).

Menurut penelitian Zhang dan Shirley, dimensi citra perusahaan yang digunakan dan dikembangkan adalah sebagai berikut (Putri, 2012).

- a. Personality, yang mencakup sikap perusahaan terhadap pelanggan jika terjadi masalah.
- b. Value, yang mencakup prinsip moral, etika, dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan dalam melayani.
- c. Communication, yang mencakup brosur jelas tentang perusahaan, iklan yang menarik, dan website yang mudah diakses.
- d. Likeability, yang mencakup keramahan karyawan, perhatian langsung kepada pelanggan.

Ciri perusahaan tidak dapat dipalsukan, artinya citra perusahaan tidak terbentuk secara otomatis, melainkan dibentuk oleh masyarakat melalui komunikasi dan keterbukaan perusahaan. Upaya untuk membangun citra adalah proses panjang karena citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk pelanggan melalui penrosesan informasi dari berbagai sumber seiring waktu.

Frank Jefkins menyatakan bahwa teori ini berpusat pada hubungan antara suatu organisasi dan para stakeholder-nya, baik internal maupun eksternal. Stakeholder adalah individu yang memiliki kepentingan terhadap suatu organisasi, seperti pekerja, pelanggan, atau media. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah peran Hubungan Masyarakat dalam membangun citra universitas dengan menyampaikan dan mempromosikan hal-hal positif kepada masyarakat. Hal ini dapat mempengaruhi dan membentuk persepsi yang baik, sehingga menciptakan citra dan pandangan positif yang sesuai dengan tujuan universitas tersebut.

Dalam Rosady Ruslan, Onong Uchjana Effendi menyatakan bahwa kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin dan berarti "pemberitahuan". Dengan demikian,

agar terjadi pertukaran ide atau pemahaman antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan), proses komunikasi memerlukan elemen kesamaan makna. Komunikasi dan keaktifan *publicrelations* berkorelasi satu sama lain. Kedua elemen ini sangat penting untuk membangun hubungan dengan masyarakat (Rosady, 2012). Penyampaian pesan atau informasi sangat penting untuk mencapai tujuan dan memberikan pemahaman kepada publik. Newson dan Siefried mengatakan, "Akhir sekali dan yang paling penting dari semua, (*Public Relations Officer must be an expert in communication aspects*)." Terpenting dari semua, seorang pejabat hubungan masyarakat harus mahir dalam komunikasi (Rosady, 2012).

Tujuan dari kegiatan hubungan masyarakat adalah untuk mendapatkan kebaikan, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari masyarakat. Menciptakan opini publik yang positif yang menguntungkan semua pihak adalah tujuan dari hubungan masyarakat (Rachmadi, 1996). Lembaga melakukan peran hubungan masyarakat dengan mempromosikan dan memberi tahu orang lain tentang kegiatan dan program kerjanya. Menerima dan menganalisis kritik dan saran masyarakat tentang tindakan lembaga adalah bagian dari hubungan masyarakat. Praktisi hubungan masyarakat memeriksa dan membahas kritik dan rekomendasi. Untuk menyelesaikan kritik dan rekomendasi masyarakat, diskusi penting dengan pemimpin dilakukan.

Tujuan hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan persepsi yang baik dari suatu lembaga terhadap khalayak supaya mereka dapat menerima lembaga yang menawarkan manfaat bagi khalayak, terutama khalayak yang berada di sekitarnya.

Teori gambar menggambarkan bagaimana orang melihat suatu organisasi. Menurut Rosady Ruslan, citra adalah tujuan utama bersama dengan reputasi dan pencapaian dalam bidang hubungan masyarakat atau *publicrelations*. Meskipun citra tidak dapat diukur secara matematis, dampaknya bisa dilihat dari evaluasi, seperti respons positif atau negatif dari masyarakat umum. Soleh Soemirat dan Elvianto Ardianto menjelaskan bahwa citra adalah pandangan orang lain terhadap sebuah bisnis, individu, komite, atau aktivitas (Soleh & Elvianto).

Muslimin Muslimin menjelaskan bahwa terdapat beberapa metode untuk membangun citra positif, sebagaimana yang diuraikan dalam *Circle PR Programming & Communication Method*. Metode ini terdiri dari delapan langkah, yaitu:

1. Menganalisis situasi dan melakukan audit komunikasi
2. Menetapkan tujuan dan jadwal waktu
3. Mengidentifikasi target audience
4. Mendefinisikan tanggung jawab yang jelas untuk setiap staf terlibat
5. Mendukung dengan sarana media yang tepat
6. Menetapkan anggaran untuk perencanaan kegiatan
7. Melakukan uji coba
8. Melakukan analisis akhir.

METODE PENELITIAN

Adapun subjek penelitian ini adalah Wakil Dekan III yang membidangi hubungan kerja sama, dan Kepala Laboratorium Fakultas Dakwah yang membawahi langsung dari FDK TV dan Media. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

1. Mereka yang sesuai dan memiliki informasinya.
2. Mereka bertanggung jawab atas setiap bagian dan memiliki kemampuan untuk memberikan penjelasan tentang peran FDK TV dan citra Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Lembaga dan pejabat Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berhubungan dalam membentuk citra Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenisnya. Penelitian ini memberikan informasi sistematis dan akurat tentang fakta dan fenomena di lapangan (Nurdin, 2008). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana hubungan masyarakat membentuk pemahaman kita tentang masyarakat secara keseluruhan.

Dalam bukunya, *Jalaluddin Rachmat* menyatakan bahwa "*Metode Penelitian Komunikasi* metode deksriptif tidak bermaksud mengadakan pengujian, menjelaskan hubungan, tetapi lebih memfokuskan diri untuk menilai dan memainkan unsur, sifat, bentuk, atau karakteristik tertentu dari suatu kasus dan bukan mencari kaitan, atau menguji hipotesis." Menurut Kirl dan Miller, penelitian kualitatif didefinisikan sebagai budaya tertentu dalam bidang ilmu pengetahuan sosial yang sebagian besar bergantung pada penilaian seseorang terhadap pengawasannya sendiri dan hubungannya dengan orang-orang yang tercantum dalam bahasa dan peristilahan mereka (Miller, 2006).

Pokok penelitian adalah wakil dekan III FDK UIN SU yang membidangi hubungan kerja sama, dan Kepala Laboraturium FDK UIN SU, serta informan penelitian yang menerima data atau penjelasan untuk kebutuhan penelitian melalui teknik *sampling purposive*.

1. Nama : Dr. Anang Anas Azhar, M.Pd
Jabatan : Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU
2. Nama : Dr. Ahmad Sampurna, S.Sos, M.A
Jabatan : Kepala Laboratorium FDK UIN SU

Data yang dikumpulkan melalui berita, peristiwa, dan arsip dikenal sebagai sumber data penelitian. Jenis data yang berbeda termasuk:

- a. Data Primer: Ini adalah data yang dikumpulkan dari informan yang diberikan peneliti. Sebagai informan, dia adalah Wakil Rektor III, Ketua LPM UIN SU, dan Kepala Hubungan Masyarakat.
- b. Data Sekunder: Informasi, data, dan objek dari arsip disebut data sekunder.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara dalam mengumpulkan informasi yang akurat dengan cara sebagai berikut:

- a. Wawancara

Metode untuk mengumpulkan informasi dari sumber tertentu dikenal sebagai wawancara. Jenis wawancara yang digunakan juga tersusun. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, observasi dan wawancara digunakan; sebelumnya, peneliti telah membuat daftar yang mencakup dasar topik pembicaraan. Peneliti melakukan wawancara mendalam secara pribadi dengan penanya dan informan dari subjek penelitian.

b. Dokumentasi

Peneliti telah menggunakan metode dokumentasi ini sejak awal penelitian dilakukan. Dokumentasi mencakup sistem organisasi, sejarah dan perkembangan Fakultas, serta arsip lain yang relevan untuk menyokong data yang diperoleh dari hasil wawancara.

Penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif untuk mengolah data. Data dikumpulkan melalui penelitian yang terstruktur dan kemudian diuraikan untuk memberikan deskripsi tentang kondisi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Semua data dari observasi, wawancara, dan dokumen dianalisis. Mengikuti pendekatan analisis interaktif yang diusulkan oleh Miles dan Huberman merupakan salah satu cara untuk menganalisis data dalam penelitian kualitatif ini. Mengenai komponen analisis data, misalnya:

a. Reduksi Data

Melalui analisis yang mempertajam, mengelompokkan, mengarahkan, dan mengeliminasi unsur yang tidak relevan dari kumpulan data yang mencakup lingkungan FDK UIN SU, reduksi data digunakan untuk merumuskan, mengkonsentrasikan, dan menyederhanakan, serta membuat hipotesis dan mengubah data konkret.

b. Penyajian Data

Penyampaian data seperti fakta yang diatur secara terstruktur untuk memungkinkan interpretasi dan pengambilan keputusan selanjutnya. Ini memfasilitasi penjelasan yang terkait dalam unit yang mudah dipahami dalam penyajian data individu psikologis. Untuk mencapai analisis kualitatif yang valid, penyajian ini dapat dilakukan dengan membuat matriks atau bagian yang mengintegrasikan informasi.

c. Menarik Kesimpulan

Untuk mencapai kesimpulan, peneliti terlebih dahulu menggabungkan dan memecahkan makna dari data yang telah mereka kumpulkan. Setelah data tersebut disajikan, peneliti dapat memberikan komentar, menganalogikan data, dan memeriksa hubungan antara komponen.

Dalam penelitian ini, metode triangulasi digunakan untuk membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik triangulasi sumber digunakan untuk mencocokkan data yang diperoleh dari wawancara satu dengan informan lainnya. Teknik triangulasi pola juga digunakan untuk mencocokkan data yang diperoleh dari wawancara. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

HASIL PENELITIAN

(Penulisan bab adalah Uppercase atau Caps Lock semua huruf dan Bold, sedangkan penulisan subbab adalah Capitalize Each Word serta Bold dan Italic)

Peneliti melakukan penelitian terhadap dua informan, yang terdiri dari Wakil Dekan III Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN SU dan Kepala Laboratorium FDK UIN SU. Peneliti mengajukan 10 pertanyaan kepada masing-masing informan menggunakan metode *Circle PR Programming & Communication*.

Menurut Ahmad Sampurna, Kepala Laboratorium FDK UIN SU, peran FDK TV terdiri dari peran eksternal dan internal, yaitu menyampaikan informasi kepada pegawai seluruh lapisan masyarakat baik di fakultas maupun universitas. Dengan kondisi saat ini FDK UIN SU sendiri tentu ada kemajuan dan pandangan positif tentang institusi, tetapi tentu ada juga hal-hal yang tidak ideal. Secara internal, FDK UIN SU berkembang pesat, yang ditunjukkan dengan minat masyarakat untuk masuk dan bergabung ke FDK UIN SU seperti saat ini banyak para pejabat di Sumatera Utara mengambil Kedokteran di FDK UIN SU. Ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah memiliki penilaian positif terhadap FDK UIN SU, yang telah memberikan tanggapan secara internal dan eksternal. melihat banyaknya prestasi yang dibuat oleh mahasiswa dan dosen. Sejalan dengan itu FDK TV yang sekarang meningkat dibandingkan tahun sebelumnya karena dalam proses membangun citra ini FDK TV sangat berperan penting untuk menjadi jembatan informasi. Secara eksternal, FDK UIN SU menjalin berbagai kerja sama, termasuk dengan perguruan tinggi di luar negeri dan di Indonesia. Kerja sama ini mencakup kemitraan dengan lembaga pemerintahan di tingkat kabupaten dan provinsi. Sebagai contoh, Bupati Labuhan Batu Utara mengapresiasi dengan memberikan bantuan subsidi uang kuliah kepada mahasiswa putra daerahnya. FDK TV juga aktif dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman.

Menurut Wakil Dekan III Anang Anas Azhar, pihak fakultas sudah banyak melakukan hubungan kerjasama terdiri dari meminta kerjasama dengan pihak lain dan ada juga yang meminta kerjasama dengan pihak FDK itu sendiri. Bagian kerjasama mengatur hubungan kerjasama ini. MoU kerjasama perguruan tinggi terdiri dari tiga prinsip, yaitu Tri Dharma perguruan tinggi. Biasanya, kerjasama dimulai dengan perjanjian kerja sama antar lembaga, seperti FDK UIN SU dan FIKOM Universitas Dr. Soetomo Surabaya, yang berfungsi sebagai UUD kerjasama. Strategi yang digunakan didasarkan pada tujuan lembaga ini (FDK UIN SU). Oleh karena itu, jika FDK ingin bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai benchmark atau standar tertinggi untuk tujuan FDK. Akibatnya, terbentuklah jaringan MoU dengan lembaga-lembaga di Sumatera Utara, di seluruh Nusantara, dan di luar negeri dalam bentuk kerjasama yang melibatkan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Oleh karena itu, peran FDK TV di sini sangat penting untuk membentuk citra dan representasi yang diperlukan guna mencapai tujuan bersama tersebut.

FDK TV adalah kita semua, bukan hanya seorang ataupun kelompok tertentu, menurut informan pertama. Salah satu cara FDK TV mempertahankan reputasinya adalah dengan mendorong mahasiswa untuk berprestasi dengan banyak memberikan informasi. Informasi dan komunikasi dapat disampaikan dalam berbagai cara, seperti di media sosial, televisi, dan informasi kurang benar atau bahkan simpang siur dapat dikonfirmasi oleh FDK TV agar kita mampu berkomunikasi baik dieksternal maupun internal.

PEMBAHASAN

Peran FDK TV dalam upaya membangun citra unggul FDK adalah menciptakan dan menjaga citra positif di mata masyarakat. Tugas FDK TV di sini adalah menyampaikan melalui teks, komunikasi, dan visual bahwa FDK UIN SU merupakan lembaga yang baik, luar biasa, dan berprestasi. Tugas mempertahankan citra ini bukan hanya tanggung jawab FDK TV semata, oleh karena itu, FDK TV tidak terbatas pada beberapa individu. bukan hanya individu yang terlibat dalam FDK TV, tetapi lebih dari itu, FDK TV itu adalah semua orang yang kita miliki bersama. FDK TV mempertahankan citra positif melalui kinerja dosen dan mahasiswanya.

Dalam rangka membangun citra FDK UIN SU, ada faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung adalah dukungan dari DEKAN FDK UIN SU yang selalu mendukung dan memberi *support* seluruh kegiatan dan FDK TV, dengan memfasilitasi hubungan antara masyarakat dan karyawannya dengan alat komunikasi seperti kamera, mikrofon, dan sistem suara. Faktor penghambat adalah kurangnya *tenancy* (sumber daya manusia).

Hasil kerjasama MoU perguruan tinggi untuk membangun citra FDK UIN SU terdiri dari tiga hal yang tergabung: pendidikan dan pembelajaran, observasi, dan pengabdian pada masyarakat. Dua makna utama dari Tri Dharma adalah penelitian dan pengabdian masyarakat. Biasanya, kerjasama dimulai dengan perjanjian kerja sama antar Lembaga seperti yang sudah disampaikan oleh Wakil Dekan III FDK UIN SU.

KESIMPULAN

(Penulisan bab adalah Uppercase atau Caps Lock semua huruf dan Bold, sedangkan penulisan subbab adalah Capitalize Each Word serta Bold dan Italic)

Kesimpulan terdiri dari 3 paragraf

Sudah jelas bahwa peran FDK TV dalam membangun citra FDK UIN SU sangat penting. Sejauh ini, FDK TV telah melakukan kegiatan nyata untuk membentuk opini atau kepercayaan publik. Upaya ini termasuk berkomunikasi dengan baik, bersikap ramah, berpartisipasi dalam kegiatan bersama, dan memberi tahu masyarakat tentang berbagai kegiatan FDK UIN SU melalui isi konten di seluruh media FDK TV. Dengan demikian, kegiatan yang dilakukan juga melibatkan partisipasi masyarakat sekitar dan memanfaatkan berbagai jenis media komunikasi. FDK TV menggunakan media cetak dan elektronik sebagai sarana komunikasi tidak langsung kepada berbagai kalangan masyarakat.

Dalam pelaksanaan kegiatannya, FDK tv menggunakan berbagai jenis media komunikasi. Yang paling umum adalah komunikasi tidak langsung kepada masyarakat, yaitu melalui media cetak atau elektronik, seperti:

- a. Instagram, yang merupakan media komunikasi dan informasi yang digunakan oleh FDK TV guna menyampaikan dan menerima informasi singkat secara cepat. Adapun akun Instagram @fdktv
- b. E-mail FDK tvfdktv72@gmail.com
- c. Website, Alamat website FDK TV yaitu <http://fdk.uinsu.ac.id>

YouTube, karena berbentuk media audio visual FDK TV kerap aktif di channel Youtube FDK TV / @fdktv362.

REFERENSI ATAU DAFTAR PUSTAKA (bukan bibliografi)

- Audah, M. M. (2017). Aktivitas Humas Pada Bidang Pengaduan Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan. Komodifikasi volume 5, Diakses dari Journal. UIN-Alauddin. Ac.Id.
- Azman, A. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1).
- Djumlani, B. P. (2014). Peranan Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Kabupaten Kutai Barat. *eJournal Administrative Reform*, 2014, Diakses Dari Ar, Mian, Fisip-Unmul.Ac.Id,
- Fitriani, P. (2012). Pengaruh kegiatan Corporate Social Responsibility citra perusahaan (Studi pada program beasiswa unggulan CIMB NIAGA 2011), Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia ,
- Hasan, F. (2018). Peranan Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Merdeka Madiun. *Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Volume 19 Nomor 1, 7*. Diakses dari Unmermadiun.Ac.Id..
- Jefkins. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, F. (2002). *Dalam Dasar- Dasar Hubungan Masyarakat Bogor Selatan: Ghalia Indonesia*.
- Maulidi, A. (2016). *Istilah Humas: Publikasi*. www.kanal.web.id.
- Miller, K. (2006). *Dalam S. Kholil, Metodologi Penelitian Komunikasi Bandung: Cita Pustaka Media*.
- Nurdin, T. Z. (2018). Komunikasi pembangunan masyarakat; sebuah model Audit social multi stakeholder. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1).
- Rachmadi. (1996). *Dalam Public Relations Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama*. Romi Syahril, D. F. (2018). Peran Netizen Dalam Membentuk Opini Publik (Studi Kasus Pada Siswa Smkn 4 Bekasi). *Jurnal AbdimasBsi*, 529.

Ruslan, R. (2008). Dalam Public Relation Dan Komunikasi Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, R. Dalam Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi .

Satlita. Aktivitas Public Relations Dalam Rangka Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa. Staffnew.Uny.Ac.Id.

Umam, K. (2012). Dalam Komunikasi Dan Public Relation Bandung: Cv. Pustaka Setia.

Widjaja, H. (2008). Hubungan Masyarakat. Dalam Komunikasi & Hubungan Masyarakat, Jakarta: Bumi Aksara.