

ABSTRAK

Strategi tentunya sangat dibutuhkan dalam kegiatan humas, agar aktivitas dan perannya dapat lebih efektif dan maksimal. Strategi yang digunakan humas harus diperhatikan karena itu merupakan petunjuk dan langkah-langkah humas dalam usaha meningkatkan citra lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui strategi humas Universitas Islam Sumatera Utara dalam meningkatkan citra lembaga. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan teori Cutlip-Center-Broom. Informan dalam penelitian ini adalah kepala biro humas Universitas Islam Sumatera Utara dan kepala divisi humas Universitas Islam Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian mengenai strategi humas UISU dalam meningkatkan citra lembaga ini, dapat dilihat dari empat aspek yaitu menemukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan dan berkomunikasi, dan evaluasi program. Dalam aspek menemukan masalah, Saat ini humas UISU memiliki sedikit masalah dan keterbatasan di alat/media. Perencanaan dan penyusunan program, humas UISU merencanakan pemanfaatan yang lebih optimal terhadap platform-platform media sosial yang berbasis IT. Melakukan tindakan dan berkomunikasi, tindakan lobby atau negosiasi ditanggung jawabi secara operasional oleh bapak Zakaria selaku kepala biro humas, dan secara kebijakan oleh pihak rektorat (Wakil Rektor 4). Evaluasi program, evaluasi setiap program yang telah dilaksanakan, pihak biro humas selalu melakukan rapat evaluasi, guna untuk mengatasi, membahas masalah dan yang menjadi kendala saat program tersebut berlangsung.

KATA KUNCI : Strategi, Humas, Citra

ABSTRACT

Strategy is certainly needed in public relations activities, so that its activities and roles can be more effective and maximized. The strategy used by public relations must be considered because it is a guide and steps for public relations in an effort to improve the image of the institution. This study aims to determine the public relations strategy of North Sumatra Islamic University in improving the image of the institution. This research method is a qualitative method with a descriptive approach using the Cutlip-Center-Broom theory. The informants in this study were the head of the public relations bureau of the Islamic University of North Sumatra and the head of the public relations division of the Islamic University of North Sumatra. Data collection techniques using observation, interviews and documentation.

The results of research on the public relations strategy of North Sumatra Islamic University in improving the image of this institution can be seen from four aspects, namely finding problems, planning and preparing programs, taking action and communicating, and evaluating programs. In the aspect of finding problems, currently UISU public relations has few obstacles and limitations in tools/media. Program planning and preparation, public relations of North Sumatra Islamic University plans for more optimal utilization of IT-based social media platforms. Taking action and communicating, lobbying or negotiating actions are borne operationally by Mr. Zakaria as head of the public relations bureau, and in policy by the rectorate (Vice Chancellor 4). Program evaluation, evaluation of each program that has been implemented, the public relations bureau always conducts evaluation meetings, in order to overcome, discuss problems and obstacles during the program.

KEY WORDS : Strategy, Public Relations, Image