

NO. 1539/KOM-D/SD-S1/2013

**PEMANFAATAN MEDIA INTERNET DALAM MENINGKATKAN KINERJA  
HUMAS DI UIN SUSKA RIAU**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**



**OLEH:**

**RESDAWATI**

**10943006716**

**PROGRAM S1**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2013**

***PERSEMBAHAN***

***Skripsi ini dipersembahkan untuk:***

***Ayah & Ibu tersayang:***

***“M. Rasyid & Ramilis”***

***Abang & adikku tersayang :***

***“Romeldi Azhary &***

***Rinaldi Saputra”***

***Seluruh keluarga besar***

***Seseorang yang sangat berarti***

***Serta sahabat-sahabatku***

***“semua hal akan tercapai jika dilakukan dengan  
sepenuh hati disertai doa dan usaha, jangan pernah  
menyerah karena tidak ada kata terlambat untuk  
masa depan yang cerah”***

***Resda ^ ^  
\_***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpakan nikmat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada seluruh umat sekalaian alam. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW, berkat Beliaulah kita dapat menikmati ilmu pengetahuan hingga saat ini. Semoga kita akan mendapatkan syafa'at Beliau di akhir kelak, amin ya Rabbal Alamin.

Karya ilmiah ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan tugas akhir penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Proses yang cukup panjang telah penulis lalui. Setelah menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pemanfaatan Media Internet Dalam Meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau**”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, mudah-mudahan Allah SWT membalas semua amal ibadahnya serta memberikan pahala yang setimpal terhadap bantuan baik secara materil maupun non materil. Amin Ya Rabbal Alamin. Maka dari itu dengan segala ketulusan niat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat dan karunianya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta (M.Rasyid) dan Ibunda tersayang (Ramilis) yang senantiasa merawat, membesarkan dan mencurahkan segenap kasih sayang untuk adinda dan selalu bersabar menghadapiku serta untuk kedua saudaraku Romeldi Azhary dan Rinaldi Saputra.
3. Rektor Prof. Dr. M. Nazir Karim, MA Selaku Pimpinan, Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak DR. Yasril Yazid MIS selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi serta Wakil Dekan II, dan III.
5. Bapak Firdaus El Hadi, S. Sos, M. Soc, Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan memberikan saran serta motivasi selama perkuliahan.
6. Bapak Suhaimi M.Ag selaku Penasehat Akademik, atas bimbingannya selama penulis kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Darusman M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Mardiah Rubani M.si selaku pembimbing II dalam penyelesaian Skripsi. Terima Kasih atas pengertian, bimbingan, waktu, pemikiran serta sarannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang sabar dalam memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis serta seluruh Staf

Pegawai yang memberikan pelayanan kepada penulis di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi selama perkuliahan.

9. Yulizar, M. Ag selaku pimpinan humas dan beserta staf-staf di UIN Suska Riau.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan Fitri, Deni Siska, Mulyati, Iyen, Dona, Nini, Nur, Jatni terima kasih untuk semangatnya.
11. Sahabat terbaik Salman yang selalu ada mensupport disaat kesusahanku dan penolong disaat lemahku.
12. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya lokal PR A PR B Broadcasting dan Jurnalistik angkatan 2009.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari standar apalagi kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan tentunya dengan tujuan untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Pekanbaru, Oktober 2013

Resdawati

## DAFTAR ISI

<b>PERSEMBAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAH</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Alasan Pemilihan Judul .....	4
C. Penegasan Istilah .....	4
D. Permasalahan.....	5
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kerangka Teoritis .....	7
G. Konsep Operasional.....	22
H. Metode Penelitian.....	23
I. Teknik Analisis Data.....	25
J. Sistematika Penulisan.....	26

<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN UMUM.....</b>	<b>27</b>
	A. Sejarah Berdirinya.....	27
	B. Profil UIN Suska Riau .....	33
	C. Gambaran Buletin UIN Suska Riau .....	35
	D. Kepala Bagian Humas.....	36
<b>BAB III</b>	<b>PENYAJIAN DATA .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>51</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1	Teori Task-Technology Fit .....	14
Gambar 2	Struktur Organisasi Humas .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman wawancara penelitian

Lampiran 2: Dokumentasi Foto Humas UIN Suska Riau

Lampiran 3: Surat keterangan bimbingan Skripsi dari Fakultas

Lampiran 4: Surat keterangan mohon izin melakukan Riset dari Fakultas

Lampiran 5: Surat Rekomendasi Riset dari Pemerintah Provinsi Riau

Lampiran 6: Surat keterangan telah melaksanakan penelitian di Humas UIN Suska  
Riau

Lampiran 7: Surat pengesahan skripsi

## **ABSTRAK**

### **Resdawati : Pemanfaatan Media Internet Dalam Meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau**

Tidak bisa dipungkiri lagi internet sangat berpengaruh pada saat ini. Baik dunia kerja maupun dunia pendidikan. Internet sangat mempengaruhi kinerja seseorang. Media internet sangat berpengaruh pada kualitas dan konsentrasi kerja. Dengan adanya internet kita menjadi lebih mudah dalam mengakses informasi dan menjalin hubungan kerja. Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penelitian dengan rumusan masalah “bagaimana dampak pemanfaatan media internet dalam meningkatkan kinerja humas di UIN Suska Riau”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan media internet dalam meningkatkan kinerja humas di UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah Humas beserta staf-staf.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa, pemanfaatan media internet sangat meningkatkan kinerja Humas. Dengan adanya internet mempermudah akses informasi, promosi, pesan cepat sampai ke publik dan mempermudah transaksi serta hemat waktu.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan *Public Relations* (PR) baik sebagai ilmu maupun profesi tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap PR dapat berbentuk sebagai alat atau media PR ataupun bentuk baru dalam kegiatan PR, yang memunculkan istilah *cyber PR*, *net PR* dan nama lain bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam dunia *cyber* (dunia maya) yang termasuk sosial media di dalamnya. (<http://unik.sumbawanews.com/public-relation-social-media>, diakses 23 Maret 2013, pukul 21.00 Wib).

PR sebagai ilmu maupun sebagai profesi, merupakan sesuatu yang tidak bisa ditawar-tawar lagi untuk bersentuhan dengan teknologi komunikasi baru bernama internet, kini sudah ada program PR atau sebagai konsultan PR yang ditawarkan lewat internet melalui sosial media. Sehingga sebagai pengguna internet orang bisa mengakses atau memasang jasa PR diinternet (sosial media) pada situs-situs internet yang banyak diakses berbagai publik pengguna internet, salah satunya yaitu jejaring sosial *Facebook*, PR kadang kala memanfaatkan jejaring sosial untuk menawarkan jasanya sebagai konsultan PR. (<http://unik.sumbawanews.com/public-relation-social-media>, diakses 23 Maret 2012, pukul 21.00 Wib).

Sosial media merupakan cikal bakal perkembangan teknologi internet. Banyak ahli menyebutkan, pemakaian internet terutama pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Kegunaan lainnya adalah pembuatan *newsletter* (terbitan berkala) elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran dan aplikasi internet dan *web one to one* dalam kegiatan *marketing* dan komunikasi (Holtz, 1993:3).

Melalui sosial media setiap individu bisa menjadi penerbit, konsumen atau melakukan kampanye untuk mempengaruhi perilaku konsumen khusus dalam bidang membuka perspektif baru. Perkembangan sosial media telah mengubah pola komunikasi PR sebelumnya yang masih konvensional seperti komunikasi dari atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal atau pola komunikasi massa. Semua itu telah mereka tinggalkan dengan pola yang lebih aktual setelah lahirnya internet dan berkembangnya sosial media seperti *Facebook, Twitter* dan lain-lain.

Pengaruh Multimedia sangat kuat demi mencapai kepuasan kerja PR. Karena telah didukung oleh fasilitas teknologi yang efektif. Dengan multimedia kualitas kerja PR akan semakin meningkat. Selain itu, dalam melaksanakan tugasnya para praktisi *Public Relations* dibantu dengan beragam media dan teknologi yang dapat membantu mereka menciptakan, mengirim, dan melacak komunikasi yang efektif dan efisien diantara para pekerja dan klien perusahaan. Oleh karena itu, praktisi humas dengan teknologi multimedia dapat ikut berkembang dengan media-media yang lebih modern serta mengandalkan komunikasi lewat audio, video dan computer.

(<http://unik.sumbawanews.com/public-relation-social-media>, diakses 23 Maret 2012, pukul 21.00 Wib).

Kemudian perkembangan tersebut memberikan mereka kemudahan untuk menjangkau banyak orang secara personalitas dan langsung. Perkembangan teknologi memudahkan aktivitas *Public Relations*. Jika dahulu *Public Relations* harus dilakukan langsung di hadapan publik, yang praktisi *Publik Relations* tersebut harus berdiri di tengah khalayak ramai, sekarang hal tersebut tidak perlu. Melalui media massa, baik cetak (koran, majalah, tabloid, poster dan sebagainya) maupun elektronik (televisi, radio, video dan internet), kegiatan *Public Relations* jadi lebih efektif dilakukan. Jangkauan khalayak lebih luas dan pesan yang tersampaikan pada masyarakat juga lebih beragam dalam satu waktu. Oleh karena itu *Internet Public Relations* adalah inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Saat ini, para pebisnis banyak yang menggunakan internet, karena menggunakan media elektronik seperti internet untuk membangun hubungan antara bisnis di suatu perusahaan dan publik audiens.

Maka dari itu, pembentukan citra positif yang baik dari suatu lembaga atau instansi dapat tercipta dengan adanya fasilitas teknologi yang canggih dalam sebuah perusahaan. Khalayakpun mendapat informasi dengan cepat dan mudah. (<http://unik.sumbawanews.com/public-relation-social-media>, diakses 23 Maret 2012, pukul 21.00 Wib).

Humas UIN turut berperan serta dalam mempromosikan Universitas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Dengan adanya internet sangat

memudahkan akses promosi. Komunikasi jarak jauh tidak memakan waktu yang lama dalam berbagi informasi.

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau merupakan salah satu universitas negeri di Riau. Karena banyak mahasiswa dari luar daerah Riau dan luar negeri seperti Malaysia, Thailand, Brunei Darussalam, Philipina dan Vietnam berminat untuk kuliah di universitas ini. Dalam hal ini humas sangat memiliki peranan penting dalam hal pencitraan universitas. Sesuai dengan visi UIN Sultan Syarif Kasim Riau adalah mewujudkan Univesitas Islam Negeri sebagai kteknologi, dan seni secara integral di kawasan Asia Tenggara.

Untuk mempermudah dalam proses pemberian informasi dan pelayanan terhadap konsumen dibutuhkan sistem media online agar menghasilkan informasi yang cepat, tepat dan akurat. Melihat masalah di atas tentunya diperlukan suatu solusi yang tepat bagi pihak UIN Suska Riau, agar dapat memberikan pelayanan dan informasi yang maksimal untuk memuaskan dan memberi kenyamanan kepada para konsumen . Maka dari itu, humas UIN Suska Riau memanfaatkan media internet sebagai sarana untuk memberikan informasi dan pelayanan yang mudah terhadap konsumennya. Dengan adanya internet sangat membantu kinerja PR. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena yang terjadi. Maka disini penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

**Pemanfaatan Media Internet Dalam Meningkatkan Kinerja Humas di UIN Suska Riau**

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

1. Penulis melihat fenomena masa kini yang menjadikan media internet sebagai landasan dalam pekerjaan dan dalam rangka memperkenalkan UIN di Kawasan Asia Tenggara.
2. Masalah ini berkaitan dengan dunia kerja PR dalam mengakses internet khususnya di Humas UIN Suska Riau.
3. Penulis meneliti masalah ini karena merasa mampu baik dari segi waktu, dana dan untuk mendukung penyelesaian skripsi.

## **C. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah berguna untuk memperjelas dalam pemakaian istilah-istilah dalam penelitian sesuai judul. Maka penulis merasa perlu menjelaskan istilah-istilah tersebut dalam mempermudah penelitian.

1. Pemanfaatan berasal dari kata manfaat yang artinya berguna, berfaedah. Jadi pemanfaatan yaitu proses atau cara perbuatan bermanfaat (KBBI).
2. Media adalah sarana yang dipakai oleh manusia dalam mengirimkan pesan. Saat ini media yang digunakan manusia dalam berkomunikasi sangat bervariasi. Kemajuan teknologi sangat berpengaruh dalam hal ini (Mardhiah Rubani, 2010:97)
3. Internet adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia (Wikipedia).

4. Kinerja adalah penampilan hasil kerja personil maupun dalam suatu organisasi. Penampilan hasil karya tidak terbatas kepada personil yang memangku jabatan fungsional maupun struktural tetapi juga kepada keseluruhan jajaran personil di dalam organisasi (Ilyas, 1999 : 99).
5. *Public Relations* menurut defisi yang dirumuskan oleh praktik humas yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan mempertahankan niat baik, serta sikap-sikap yang saling pengertian yang bersifat timbal balik antara suatu organisasi atau perusahaan dengan segenap khalayaknya (Sukantandel, 1990).

#### **D. Permasalahan**

##### **1. Identifikasi**

Pada saat ini banyak sekali kesenjangan mengenai pengetahuan dan teknologi, informasi yang tersedia kurang mencukupi, teknologi yang ada tidak memenuhi kebutuhan, dan sebagainya. Untuk itulah penelitian dilakukan, sehingga kesenjangan tersebut tidak dapat dihilangkan sama sekali, minimal dapat diperkecil. Permasalahan biasanya akan muncul apabila :

- a) Apakah pemanfaatan media internet tepat di UIN Suska Riau.
- b) Apakah dengan internet membantu pekerjaan humas.
- c) Apakah dengan internet memudahkan penyebaran informasi.

## **2. Batasan masalah**

Agar permasalahan tidak keliru dari penelitian, maka penulis membatasi permasalahan di bagaimana dampak penggunaan media internet dalam meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau.

## **3. Rumusan masalah**

Dengan memperhatikan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah yaitu Bagaimana dampak penggunaan media internet dalam meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau ?

## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dampak penggunaan media internet dalam meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Secara akademis**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa UIN Suska Riau secara umum dan mahasiswa Public relations secara khusus sebagai literatur dan referensi bagi yang akan melakukan penelitian dalam kajian ilmu yang sama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi dibidang kehumasan mengenai dampak penggunaan media internet dalam meningkatkan kinerja Humas di UIN Suska Riau.

## 2. Secara praktis

Penelitian ini berguna untuk institusi terkait. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang cara kerja humas di UIN Suska Riau

## **F. Konsep Teoritis**

Secara teoritis konsep ini merupakan landasan umum bagi penulis untuk menjawab permasalahan yang ada diteori. Yang dapat digunakan sebagai pendukung dan pengelolaan data yang akan diteliti yaitu dampak media internet dalam meningkatkan kinerja Humas di Uin Suska Riau.

### **1. Pengaruh Media Internet Dalam Meningkatkan Kinerja Humas**

Media internet tidak seperti media tradisional lainnya. Kemampuan komunikasi dua arah dan pengolahan daya informasi dari komputer membuat internet sebagai media yang ideal bagi pemasar untuk menjangkau dan membangun hubungan interaktif dengan konsumen secara global. Beberapa karakteristik kunci dari Internet yang membantu dalam proses membangun hubungan dengan konsumen adalah (paulussetyo.com, diakses 23 maret 2013, pukul 21.30 Wib) :

- a. **Interaktivitas:** Internet adalah media interaktif. Antarmuka dapat disesuaikan untuk mencerminkan kepentingan konsumen dan pilihan yang tepat ditawarkan oleh perusahaan. Seorang konsumen yang melihat iklan internet dapat berinteraksi dengan pemasang iklan, mencari informasi lebih lanjut, menguji produk dan melanjutkan untuk melakukan pemesanan produk. Konsumen juga memiliki akses

kependapat dari konsumen lain yang telah menggunakan produk tersebut, untuk membuat keputusan yang lebih baik

- b. Pengalaman yang kaya dan realistis: Internet adalah media yang kaya konten teks, gambar, audio dan video yang dapat membuat pengalaman interaksi konsumen lebih menarik. Dengan realitas virtual, yang kini mulai tersedia di internet, konsumen dapat menikmati tampilan 3-dimensi dari produk sehingga memberikan pengalaman yang paling realistis untuk konsumen.
- c. Agregasi layanan: Internet memungkinkan agregasi berbagai layanan, terkoordinasi dan terhubung oleh pemasar. Hal ini memberikan akses konsumen ke semua informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik.
- d. Akses Global: Internet memberikan perusahaan basis konsumen yang berpotensi global. Apa yang tampil di sebagai klaim yang dibuat di internet sekarang bisa diakses oleh hampir setiap orang dari setiap sudut dunia. Pemasar harus peka terhadap karakteristik budaya dan sosial dari target pembaca ketika mencoba untuk mengeksploitasi aksesibilitas global internet.
- e. *Targetability*: pengiklan internet dapat fokus pada pengguna dari negara atau wilayah geografis tertentu, platform komputer, maupun berdasarkan waktu. Pengguna internet dapat ditargetkan berdasarkan demografi, psikografis (karakteristik gaya hidup) dan demografi teknologi.

- f. *Tracking*: Pemasar dapat melacak bagaimana pelanggan berinteraksi dengan merek mereka dan mempelajari apa yang menarik bagi mereka.
- g. *Deliverability* dan Fleksibilitas: iklan internet disampaikan secara real time 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Iklan melalui internet dapat segera diluncurkan, diperbarui atau dibatalkan. Pengiklan dapat mengikuti perkembangan respon dan membuat perubahan yang sesuai untuk kampanye. (paulussetyo.com, diakses 23 maret 2013, pukul 21.30 Wib)

Dengan demikian, tidak seperti media tradisional, media internet mampu memberikan pengalaman menarik bagi konsumen, menunjukkan bahwa ekonomi masa depan adalah ekonomi berbasis pengalaman (*experience economy*), dimana bisnis harus memberikan pengalaman bagi konsumen mereka. Dan internet adalah media yang tepat untuk memberikan pengalaman tak terlupakan (paulussetyo.com, diakses 23 maret 2013, pukul 21.30 Wib)

Internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam. Dunia digital telah mengubah komunikasi di dalam organisasi dan diantara organisasi dengan berbagai public yang berbeda-beda. Dalam PR, internet adalah jalur informasi bebas hambatan. Pakar media baru John Pavlik dan Shawn McIntos mengatakan tentang perubahan konvergensi media. Yaitu menyatunya telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang

dihasilkannya telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi.

Kemajuan teknologi telah mengubah produksi komunikasi, distribusinya, penyampaiannya, dan penyimpanannya. Dan meskipun banyak orang yang mengakui bahwa teknologi media baru telah mengubah cara PR dijalankan, kecepatan perubahan telah membuat PR harus bersusah payah untuk terus mengikutinya. Konsekuensinya, *Institute for Public Relations* dan *WORLDCOM Public Relations Group* melakukan studi dampak internet terhadap PR. Meskipun temuannya mungkin tidak mengesankan bagi mahasiswa sekarang, namun mereka berhasil mendokumentasikan perubahan besar dalam praktik yang dimulai sejak abad ke-20. Kesimpulan studi itu antara studi itu adanya kesepakatan yang hampir bulat (98%) dikalangan profesional PR bahwa kemajuan teknologi seperti e-mail dan internet telah memengaruhi cara kerja mereka mayoritas (91%) percaya bahwa mereka kini berhubungan dengan lebih banyak orang dalam bisnis dan lingkungan professional mereka ketimbang sebelum ada e-mail. Hanya 7% yang tidak setuju dengan pernyataan ini sebagian besar (90%) sepakat bahwa kemampuan cepat untuk menyampaikan komunikasi tertulis via e-mail dan akses ke informasi real-time melalui internet telah mempercepat langkah pembuatan keputusan dalam jurnalisme berita. (Gainesville, FL : The Institute for Public Relations, 2001, <http://www.instituteforpr.com/intern...echnology.phtm>. diakses 23 maret 2015 pukul 21.30 wib).

Profesional PR yang disurvei dalam studi ini rata-rata menghabiskan waktu antara 15 sampai 19 jam online setiap minggu, dan melakukan online rata rata 5-8 hari perminggu, sepertiganya (33%) mengatakan bahwa mereka online tujuh hari seminggu. Subjek juga ditanya apakah mereka akan memilih koran harian, komputer berkoneksi internet, radio atau televisi apabila mereka kesasar di suatu tempat selama beberapa waktu yang lama dan hanya ada akses ke media-media tersebut. Hasilnya menunjukkan 69% memilih komputer berinternet. (Gainesville, FL: The Institute for Public Relations, 2001, <http://www.instituteforpr.com/intern...echnology.phtm>. diakses 23 maret 2015 pukul 21.30 wib).

Studi ini juga menemukan kemungkinan perubahan lain dalam cara operasi PR media. Dalam kenyataannya, salah satu keuntungan terbesar dari internet sebagai medium PR adalah kemampuan riilnya untuk memberikan akses langsung dan cepat ke audien spesifik, dan karenanya lebih unggul daripada media berita tradisional.

Metode komunikasi berbasis internet telah mengubah lanskap media di dalam komunikasi organisasi publik. *World Wide Web* memiliki potensi untuk membuka komunikasi dengan audien di seluruh dunia. Di satu sisi, ia memiliki kekuatan untuk mengirim pesan secara seketika ke banyak publik sasaran spesifik, dan menerima pesan dari mereka, dalam 24 jam sehari tujuh hari seminggu sehingga membuat Internet sangat penting bagi komunikasi PR. Kemajuan teknologi yang pesat

mensyaratkan penguasaan pengetahuan dan keahlian baru di *cyberworld* yang tanpa batas dan memberikan banyak akses, pertukaran, berita dan informasi tak henti-hentinya.

Praktisi yang mengepalai praktik PR interaktif di seluruh dunia, Fleishman Hillard, meringkaskan konteks komunikasi PR yang baru. Yaitu dalam dunia digital, teks, suara, foto, video, dan animasi mengalir dalam satu bit-stream informasi yang media diterima konsumen. Dengan melihat pada *Website* koran koran besar AS sekarang ini kita bisa melihat seberapa jauh berita cetak satu dimensi telah berganti menjadi dengan banyak isi dan tiga dimensi (Summer, 2003: 24).

Beberapa fasilitas terpenting yang disediakan di Internet, antara lain :

1. *Electronic mail atau e-mail*

Email adalah surat atau pesan elektronik yang dikirimkan dan diterima oleh dan antar individu atau komputer.

2. *Discussion Groups*

Biasanya kita gunakan email untuk orang-orang yang sudah kita kenal dengan baik, akan tetapi kita juga dapat gunakan email untuk saling bertukar informasi, berdiskusi dan berdialog dengan orang lain.

3. *FTP*

FTP atau *File Transfer Protocol*, adalah layanan internet untuk melakukan transfer file antara komputer kita dengan server di internet.

4. *Telnet*

Beberapa server di internet memperbolehkan kita untuk mengaksesnya dan menjalankan beberapa program yang diinstal pada komputer itu.

5. *Gopher*

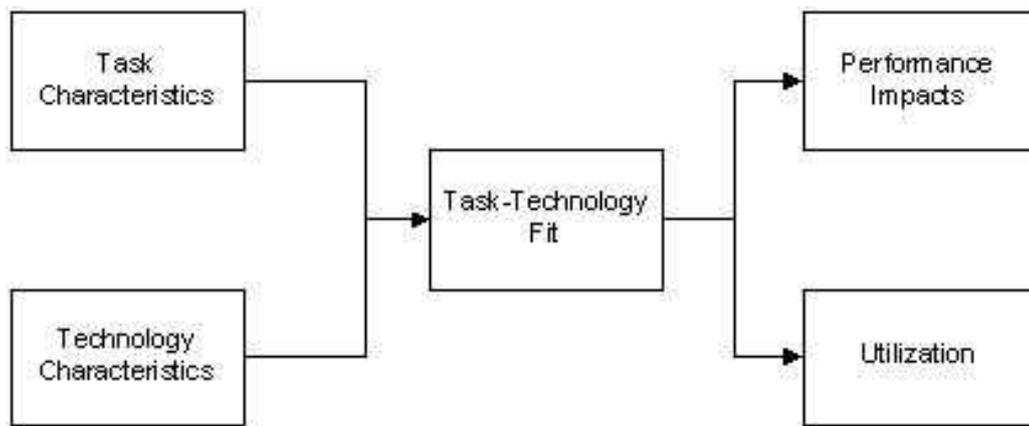
*Gopher* adalah aplikasi perangkat lunak yang tersusun atas untaian menu sistem pencarian dan penemuan kembali.

6. *World Wide Web*

WWW adalah layanan internet yang paling banyak dikenal orang dan paling cepat perkembangannya.

*Task Technology Fit* (TTF) analysis yang dikembangkan oleh Goodhue dan Thompson pada tahun 1995. Inti dari model *Task Technology Fit* adalah sebuah konstruk formal yang dikenal sebagai *Task-Technology Fit* (TTF), yang merupakan kesesuaian dari kapabilitas teknologi untuk kebutuhan tugas dalam pekerjaan yaitu kemampuan teknologi informasi untuk memberikan dukungan terhadap pekerjaan (Goodhue & Thompson 1995, disitasi oleh Dishaw et al., 2002).

Model TTF memiliki 4 konstruk kunci yaitu *Task Characteristics*, *Technology Characteristics*, yang bersama-sama mempengaruhi konstruk ketiga TTF yang balik mempengaruhi variabel *outcome* yaitu *Performance* atau *Utilization*. Model TTF menempatkan bahwa teknologi informasi hanya akan digunakan jika fungsi dan manfaatnya tersedia untuk mendukung aktivitas pengguna.



Source: Goodhue and Thompson, (1995)

Gambar 1 : Teori Task-Technology Fit

Teori ini digunakan untuk menunjang kinerja PR dalam pemanfaatan media internet.

## 2. Kinerja

Kinerja adalah sebuah kata dalam bahasa Indonesia dari kata dasar “kerja” yang berarti hasil kerja. Menurut Ilyas (1999 : 99), kinerja adalah penampilan hasil kerja personil maupun dalam suatu organisasi. Penampilan hasil karya tidak terbatas kepada personil yang memangku jabatan fungsional maupun struktural tetapi juga kepada keseluruhan jajaran personil di dalam organisasi.

Menurut Georgopolus dalam Maier (1990) mengemukakan bahwa kinerja adalah fungsi dari “*facilitating*” dan “*Path Goal Theory*”. Teori ini berkaitan dengan masalah motivasi. Hal ini dipahami bahwa kinerja itu merupakan fungsi dari motivasinya ditentukan oleh *needs* yang mendasari tujuan yang bersangkutan dan merupakan alat dari tingkah laku produktif

terhadap tujuan yang diinginkan. Teori ini tergolong dalam *Goal Theory* (Teori tujuan). Maier mengemukakan bahwa perbedaan orang yang satu dengan yang lain didalam situasi kerja adalah karena perbedaan karakteristik dari individu. Disamping itu orang yang sama dapat menghasilkan kinerja yang beda didalam situasi yang berbeda pula. Pandangan ini menunjukkan adanya faktor dominan yang mempengaruhi perilaku manusia, yakni faktor-faktor individu dan faktor-faktor situasi.

Menurut Gibson (1987) ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap kinerja :

1. Faktor individu : kemampuan, keterampilan, latar belakang keluarga, pengalaman kerja, tingkat sosial dan demografi seseorang.
2. Faktor psikologis : persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi dan kepuasan kerja.
3. Faktor organisasi : struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan, sistem penghargaan (*reward system*).

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa kinerja merupakan kualitas dan kuantitas dari suatu hasil kerja (*output*) individu maupun kelompok dalam suatu aktivitas tertentu yang diakibatkan oleh kemampuan alami atau kemampuan yang diperoleh dari proses belajar serta keinginan untuk berprestasi. menurut Mangkunegara (2000) menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi kinerja antara lain :

- a. Faktor kemampuan secara psikologis kemampuan (*ability*) pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realita

(pendidikan). Oleh karena itu pegawai perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

- b. Faktor motivasi. Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam menghadapi situasi (*situation*) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja. Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai potensi kerja secara maksimal.

David C. Mc Clelland (1997) seperti dikutip Mangkunegara (2001 : 68), berpendapat bahwa “Ada hubungan yang positif antara motif berprestasi dengan pencapaian kerja”. Motif berprestasi dengan pencapaian kerja. Motif berprestasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau tugas dengan sebaik baiknya agar mampu mencapai prestasi kerja (kinerja) dengan predikat terpuji. Selanjutnya Mc. Clelland, mengemukakan 6 karakteristik dari seseorang yang memiliki motif yang tinggi yaitu :

- 1) Memiliki tanggung jawab yang tinggi.
- 2) Berani mengambil risiko.
- 3) Memiliki tujuan yang realistis.
- 4) Memiliki rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasi tujuan.
- 5) Memanfaatkan umpan balik yang kongkrit dalam seluruh kegiatan kerja yang dilakukan.

6) Mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang telah diprogramkan.

Sedangkan dari sudut pandang kegunaan kinerja itu sendiri, Sondang Siagian (2002) menjelaskan bahwa bagi individu penilaian kinerja berperan sebagai umpan balik tentang berbagai hal seperti kemampuan, keletihan, kekurangan dan potensinya yang pada gilirannya bermanfaat untuk menentukan tujuan, jalur, rencana dan pengembangan karirnya. Sedangkan bagi organisasi, hasil penilaian kinerja sangat penting dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan tentang berbagai hal seperti identifikasi kebutuhan program pendidikan dan pelatihan, rekrutmen, seleksi, program pengenalan, penempatan, promosi, sistem balas jasa, serta berbagai aspek lain dalam proses manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan kegunaan tersebut, maka penilaian yang baik harus dilakukan secara formal berdasarkan serangkaian kriteria yang ditetapkan secara rasional serta diterapkan secara objektif serta didokumentasikan secara sistematis.

Dengan demikian, dalam melakukan penilaian atas prestasi kerja para pegawai harus terdapat interaksi positif dan kontinu antara para pejabat pimpinan dan bagian kepegawaian.

Metode penilaian kerja yang digunakan metode modern. Metode ini merupakan perkembangan dari metode tradisional dalam menilai prestasi kerja. Yang termasuk kedalam metode modern adalah :

1. *Assesment centre*. Metode ini biasanya dilakukan dengan pembentukan tim penilai khusus. Tim penilai khusus ini bisa dari luar, dari dalam, maupun kombinasi dari luar dan dari dalam.
2. *Management by objective* (MBO = MBS). Dalam metode ini pegawai langsung diikutsertakan dalam perumusan dan pemutusan persoalan dengan memperhatikan kemampuan bawahan dalam menentukan sarasanya masing-masing yang ditekankan pada pencapaian sasaran perusahaan.
3. *Human asset accounting*. Dalam metode ini, faktor pekerja dinilai sebagai individu modal jangka panjang sehingga sumber tenaga kerja dinilai dengan cara membandingkan terhadap variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan.

**c. Manfaat dan Dampak Penggunaan Internet**

Manfaat penggunaan internet:

1. Internet sebagai media komunikasi
2. Media pertukaran data
3. Media untuk mencari informasi
4. Memudahkan transaksi

Fungsi internet menurut Arif Rahman (2007: 49) :

- a. Sebagai sumber yang didapatkan lebih cepat dan murah dengan aplikasi : *email, www, news grup, FTP, dan lain-lain.*
- b. Mengurangi biaya kertas dan biaya distribusi, contoh; koran, tabloid, warta.

- c. Sebagai alat *research* dan *development*.
- d. Sebagai media promosi.
- e. Pertukaran data.

Beberapa diantaranya yang bisa dilakukan praktisi PR melalui penggunaan Internet dan sosial:

1. PR harus menyadari khalayak/public dapat mengakses semua *Press Release* atau *News Release* yang dikirimkan melalui internet atau server sosial media seperti Facebook, Tweeter dll, dengan kata-kata yang mudah dipahami oleh khalayak/public.
2. Public dapat mengakses *homepage* yang ada di *World Wide Web* bila (bila perusahaan itu telah memiliki *homepage*).
3. PR dapat membuat *mailing list* dari publiknya. *Mailing List* adalah perangkat elektronik yang dapat menyebarkan *Press Release* kepada publiknya melalui kotak *e-mail*.

Semua aktifitas PR diatas, yang melalui internet tersebut, memungkinkan PR menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternalnya. Publik akan sangat tergantung kepada PR sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji di surat kabar dan media massa lainnya. Melalui internet dan berbagai sosial media, PR dapat menghemat biaya dibanding harus mengirim *Press Release* melalui *Pos* ataupun *Faks*.

Kendati PR melakukan penggunaan internet, tidak berarti harus menyepelkan penggunaan media lainnya. Media selain internet tetap

menjadi bagian terpenting dalam melakukan penyebaran berita atau informasi PR.

PR sebagai fungsi komunikasi, perlu dipahami bahwa kegiatan utama PR adalah melakukan komunikasi. PR sebagai fungsi staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Dikemukakan bahwa fungsi PR menurut Frank Jefkins (1996 : 8) meliputi hal-hal berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
- c. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- d. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dengan publik baik internal maupun eksternal.

Keuntungan PR dalam menggunakan internet/sosial media:

1. Informasi cepat sampai kepada publik.
2. Bagi PR, internet/social media dapat berfungsi sebagai iklan, media, alat *marketing*, sarana penyebaran informasi dan promosi.
3. Siapapun dapat mengakses internet.
4. Tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

5. Internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung.

Sosial media secara pelan namun pasti telah memaksa banyak perusahaan mengubah cara mereka berkomunikasi. Maraknya penggunaan sosial media misalnya Facebook, Twitter dan forum mau tak mau memaksa perusahaan meningkatkan model ber-komunikasi. Perangkat Sosial media ini adalah hal yang lumrah selalu bersentuhan dengan aktivitas kita terutama dalam pengguna internet. Sifatnya yang interaktif dan sangat sangat mudah untuk diakses memungkinkan setiap perusahaan dan media tradisional harus harus mengenal sosial media marketing strategi.

Sedangkan dampak negatif penggunaan internet adalah :

- 1) Pornografi, anggapan yang mengatakan bahwa internet identik dengan pornografi memang tidak salah. Dengan kemampuan penyampaian informasi di internet, pornografi pun merajalela. Di dalam internet, terdapat gambar-gambar pornografi yang bisa mengakibatkan dorongan kepada seseorang untuk bertindak kriminal.
- 2) Perjudian, dampak lainnya adalah meluasnya perjudian. Dengan jaringan yang tersedia, para penjudi tidak perlu pergi ke tempat khusus untuk memenuhi keinginannya.
- 3) Mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih suka berhubungan lewat internet daripada bertemu secara langsung (*face to face*). Bahkan, terkadang walaupun sedang berkumpul dengan teman-

temannya, pasti mereka selalu sibuk internetan dan tidak menghiraukan teman yang ada disampingnya.

- 4) Cyber Crime, ternyata dengan semakin maraknya pengguna internet para penjahat pun mulai merambah ke dunia maya untuk memperluas kejahatannya. Kebanyakan melakukannya dengan cara penipuan. Karena itu, kita harus terus waspada karena internet juga tidak luput dari incaran para penjahat.
- 5) Bisa membuat seseorang kecanduan, terutama yang menyangkut pornografi dan dapat menghabiskan uang karena hanya untuk melayani kecanduan tersebut. Hal ini bisa mengganggu konsentrasi otak sehingga kita sulit untuk mengatur waktu antara bermain internet dengan belajar.

### **G. Konsep Operasional**

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk menjelaskan teori. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan internet terhadap kinerja PR penulis menjabarkan beberapa konsep yang masih bersifat abstrak perlu dioperasionalkan lebih lanjut agar benar-benar menyentuh gejala yang ditemui. Indikator- indikator yang dapat menunjang kinerja dalam segi waktu biaya dan sasaran adalah :

- Internet bagi Humas digunakan sebagai media komunikasi.
- Internet sebagai media informasi yang cepat sampai kepada publik.
- Internet digunakan sebagai sarana penyebaran informasi.

- Internet bagi Humas dapat berfungsi sebagai sarana promosi.
- Internet memudahkan transaksi dan pertukaran data.

## **H. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik penelitian ini adalah menggambarkan, menjelaskan berbagai kondisi, situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi atau fenomena tertentu.

Dengan demikian format deskriptif kualitatif lebih tepat apabila digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi mendalam seperti studi tentang perilaku konsumen, efek media, dan implementasi suatu kebijakan, yaitu dengan menggunakan kalimat-kalimat yang sesuai dengan teori-teori yang terdapat pada penyajian data (Moleong, 2004: 68).

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UIN Suska Riau, yang beralamat di Jl. H. Soebrantas No. 155, Simpangbaru, Panam, Pekanbaru 28293 PO Box. 1004. Telp. +62 761 562223. Fax. +62 761 562052. Website. WWW.uin-suska.ac.id

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- a. Subjek penelitian ini adalah Humas UIN Suska Riau.

- b. Objek penelitian ini adalah dampak penggunaan internet dalam meningkatkan kinerja humas.

### 3. Sumber Data

Data apabila digolongkan menurut asal sumbernya dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (*respondent*), adapun yang dijadikan informan pada penelitian ini berjumlah 5 orang. 1 orang pimpinan humas dan 4 orang sebagai staf humas.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau instansi tertentu, seperti biro pusat statistik dan lain-lain (Arikunto, 2006: 25).  
Yakni dokumen atau arsip-arsip penting di Humas UIN Suska Riau.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik :

- a. **Wawancara** yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumbernya (Rachmat,2010:45). Menurut Berger (2010:111) wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek).
- b. **Observasi** adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Burhan Bungin,2010:115).

c. **Dokumentasi** adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis (Burhan Bungin, 2010:121). Dokumentasi adalah mengumpulkan data-data dalam bentuk rekaman maupun dokumen tertulis, seperti surat, database, rekaman gambar yang berkaitan dengan suatu peristiwa untuk melengkapi data penelitian.

## **I. Teknik Analisa Data**

Untuk menganalisa pada perumusan masalah yang ada, digunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, teknik ini menjelaskan dan menggambarkan dengan kalimat kemudian dianalisa dengan menggunakan asumsi dan kerangka teoritis.

Proses atau tahapan yang digunakan dalam menganalisis data kualitatif dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu (Rahmat, 2008:56) :

### **1. Reduksi Data**

Semua hasil wawancara dan diskusi dengan informan dalam bentuk *tape recorder*, video atau catatan lapangan yang kemudian ditransfer kedalam disket atau penyimpanan data.

### **2. Penyajian Data**

Setelah mentranskrip, hal lain yang dibutuhkan adalah mengorganisasikan data. Dalam mengorganisasikan data perlu dicatat tanggal pengumpulan data dan menandai data setiap informan dengan menggunakan angka atau

kode. Kode tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai acuan untuk setiap kegiatan wawancara.

### 3. Penarikan Kesimpulan atau *Verifikasi*

Setelah melalui proses di atas, akan dimulai proses pengenalan yaitu peneliti mendengarkan tape atau menonton video hasil wawancara, serta membaca kembali data, membuat memo dan rangkuman sebelum analisis formal dimulai. Tahapan ini juga merupakan hal yang penting.

Pada analisis data kualitatif, kata-kata dibangun dari hasil wawancara atau pengamatan terhadap data yang dibutuhkan untuk dideskripsikan dan dirangkum. Pertanyaan bisa dibuat oleh peneliti untuk melihat hubungan antara berbagai tema yang diidentifikasi.

Setelah melakukan pengumpulan data, dengan menggunakan model interaktif, kegiatan selanjutnya adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau *verifikasi*.

## **J. Sistematika Penulisan**

**Bab I** Pada bab ini penulis mengemukakan latar Belakang Masalah, alasan Pemilihan judul, penegasan Istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian dan sistematika Tulisan

**Bab II** Pada bab ini penulis menjelaskan gambaran umum tentang lokasi penelitian yang beralamat di Jl. HR Subrantas KM 15 Pekanbaru Riau.

**Bab III** Pada bab ini penulis menyajikan data hasil penelitian yang dilakukan di Humas UIN Suska Riau.

**Bab IV** Pada bab ini penulis menganalisa data hasil penelitian yang dilakukan di Humas UIN Suska Riau.

**Bab V** Kesimpulan

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Sejarah UIN Suska Riau**

Universitas Islam Negeri (UIN Suska) Riau dalam bahasa Inggris adalah State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan atau peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005 (Panduan Akademik, 2012:4).

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali (Panduan Akademik, 2012:4).

IAIN Suska ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Mesjid Agung An-Nur Pekanbaru (Panduan Akademik, 2012:4).

Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan (Panduan Akademik, 2012:4).

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m<sup>2</sup> yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973. (Panduan Akademik, 2012:4).

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama

Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru (Panduan Akademik, 2012:4).

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendikiawan se-Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap (Panduan Akademik, 2012:4).

Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah (Panduan Akademik, 2012: (Panduan Akademik, 2012:5).

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas di atas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan program studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi (Panduan Akademik, 2012:5).

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN SUSKA Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara intergral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha

yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru (Panduan Akademik, 2012:5).

Lahan kampus di Km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik dilahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m<sup>2</sup> untuk 70 lokal ruang kuliah. Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 UIN Suska memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan fakultas Pertanian dan Peternakan (Panduan Akademik, 2012:5)

Sejak berdirinya IAIN Susqa sampai menjadi UIN SUSKA hingga sekarang ini telah beberapa kali mengalami pergantian pimpinan, sebagai berikut (Panduan Akademik, 2012:5) :

- 1) Prof. H. Ilyas Muh. Ali 1970 – 1975
- 2) Drs. H. A. Moerad Oesman 1975 – 1979
- 3) Drs. Soewarno Ahmady 1979 – 1987
- 4) Drs. H. Yusuf Rahman, MA 1987 – 1996
- 5) Prof. Dr. H. Amir Luthfi 1996 – 2005
- 6) Prof. Dr. H. M. Nazir 2005 – sekarang

## B. Profil UIN Suska Riau

### 1. Visi

Visi UIN Sultan Syarif Kasim Riau adalah mewujudkan Universitas Islam Negeri sebagai lembaga pendidikan tinggi utama yang mengembangkan ajaran Islam, ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni secara integral di kawasan Asia Tenggara. (Panduan Akademik, 2012:1).

### 2. Misi (Paduan Akademik, 2012:1).

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumberdaya manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
- b. Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni dengan menggunakan paradigma Islami.
- c. Memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni sebagai pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan paradigma Islami.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia serta sarana dan prasarana untuk menunjang kelancaran pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi.

### 3. Logo UIN

UIN Suska Riau secara resmi telah mendeklarasikan logo baru sejak 2 Mei 2012 sebagai upaya menumbuhkan semangat baru menuju visi UIN Suska Riau menjadi “*World Class University*”.

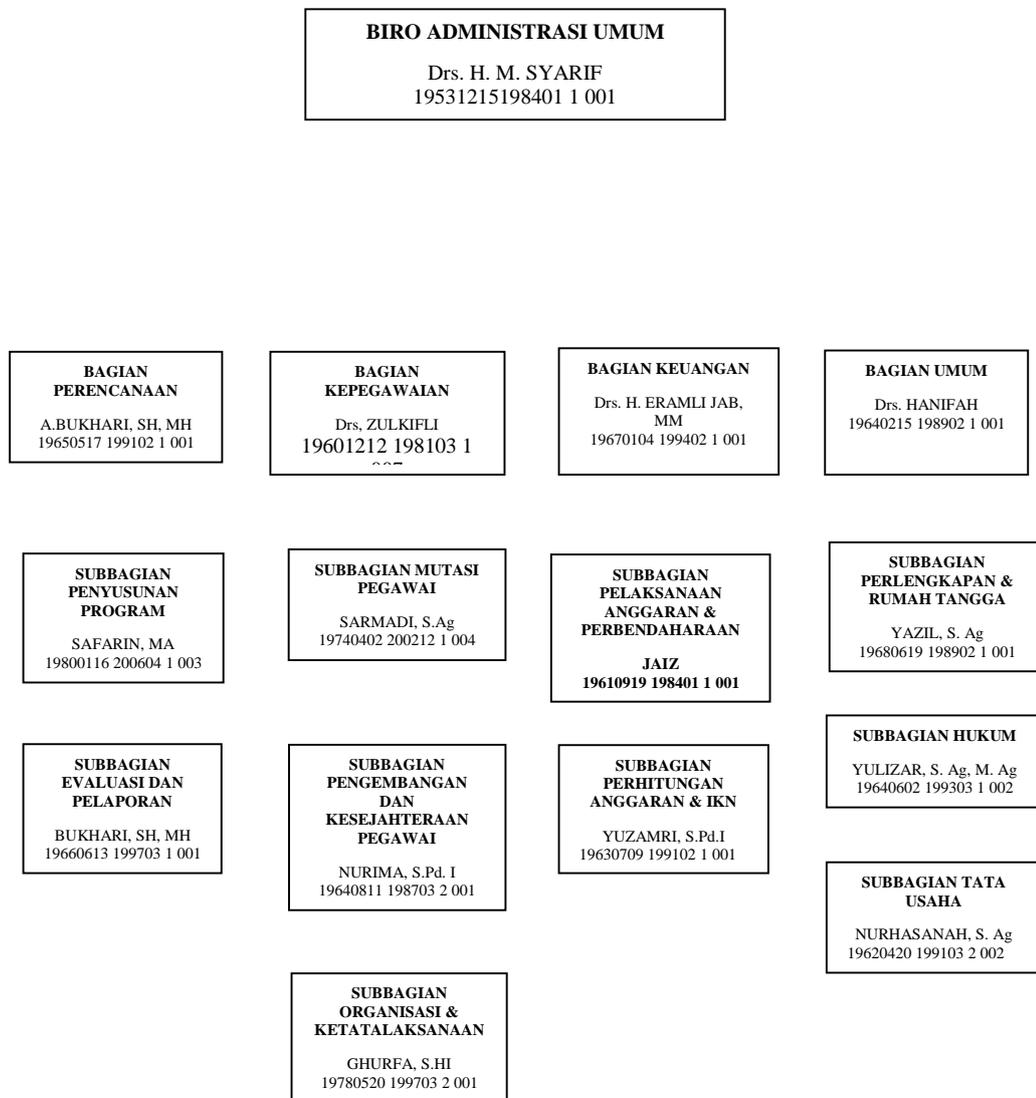
Visualisasi logo UIN Suska Riau terdiri dari bentuk segi delapan dan bentuk spiral. Segi delapan merupakan simbol islami yang mengandung arti: mapan, kokoh, keteraturan, logis, aman, selamat, sejahtera dan salam islam.

Sedangkan bentuk spiral yang berputar cepat pada satu titik sumbu penggerak yang berarti: ilmu pengetahuan, sains dan teknologi serta seni islam yang saling berintegrasi dan berkembang sedemikian rupa yang digerakkan oleh dan berdasar serta berorientasi tauhid (Panduan Akademik, 2012:2).

#### C. Gambaran Buletin Humas UIN Suska Riau

Buletin dibuat oleh Humas UIN Suska. Buletin dibuat untuk memberitakan kegiatan-kegiatan yang ada di universitas ataupun berita-berita seputar pengetahuan. Penerbitan buletin dilakukan satu bulan sekali. Dimana edisi yang diterbitkan sebanyak empat halaman.

Gambar 2 : struktur organisasi



Sumber Data : Struktur Organisasi Biro Administrasi Umum

#### D. Kepala Bagian Humas

Fungsi jabatan Kepala Bagian Humas adalah mengkoordinasi kegiatan universitas dengan instansi pemerintah atau masyarakat sekitar guna untuk mencari informasi atau memberikan penjelasan tentang program atau kebijakan universitas serta mempublikasikan buletin bulanan untuk memberikan citra positif universitas.

Tanggung jawab dari Kepala Bagian Humas adalah :

1. Menjalin hubungan dan kerjasama yang baik dengan instansi lain.
2. Terlaksanakan keprotokolanan, administrasi, rencana kerja, anggaran dan pembinaan karir pekerja Humas.
3. Mempublikasikan berita, kegiatan/kebijakan perusahaan melalui media massa, cetak atau elektronik.

Seorang Kepala Bagian Humas mempunyai wewenang dalam pembuatan keputusan antara lain :

1. Memberikan bantuan pada pihak ketiga
2. Pembuatan dan pemberian cenderamata berupa plakat, booklet/leaflet, dan vandal untuk tamu perusahaan
3. Memberikan pelayanan atau informasi mengenai kebijakan dan program perusahaan.

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

Penyajian data berikut ini berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilakukan di humas UIN Suska Riau. Penelitian ini bertujuan memperoleh data tentang pemanfaatan media internet terhadap kinerja PR di UIN Suska Riau. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan dengan pengajuan beberapa pertanyaan yang erat kaitannya dengan permasalahan yang penulis angkat. Wawancara ini langsung ditujukan kepada humas beserta staf-staf di UIN Suska Riau.

Selain wawancara, penulis juga melakukan observasi. Observasi yang telah penulis lakukan dengan mengamati dan memperhatikan secara langsung aktifitas humas di UIN Suska Riau.

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengambilan data yang penulis gunakan untuk melengkapi data yang diambil dari dokumentasi yang dapat menambah keakuratan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

Pada bab ini penulis menyajikan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang akan diolah dan dianalisis dengan metode kualitatif, yaitu suatu metode yang tidak menggunakan angka-angka, melainkan berdasarkan penjelasan dari hasil data yang diperoleh dari lapangan.

## 1. Pemanfaatan Media Internet

### a. Internet sebagai media komunikasi

Responden menjawab:

Dengan internet sangat memudahkan komunikasi, kemunculan internet sangat membantu pekerjaan PR, seperti wawancara berikut ini:

“Internet dijadikan sebagai media komunikasi, karena sangat efisien. Dengan email bisa berkomunikasi dengan cepat dengan orang-orang diluar daerah pekanbaru dan bisa menyampaikan informasi baik itu dalam penerimaan mahasiswa baru yang bersifat lokal, nasional dan internasional” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

“Dengan internet sangat mudah berkomunikasi, jarak yang jauh menjadi sangat dekat karena perangkat-perangkat yang ada diinternet” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib)

“Internet dijadikan sebagai media komunikasi dengan saling berbagi informasi, khususnya komunikasi jarak jauh untuk yang diluar daerah” (wawancara dengan Winda Rahadyan, 18 Juli 2013, pukul 09.50 Wib).

Hal senada juga dikatakan Donny Hendra S. dan Nur Azmi Mereka mengatakan:

“Dengan menggunakan internet secara tidak langsung ini sudah menjadi bagian komunikasi baik jarak dekat maupun jauh” (wawancara 18 Juli 2013).

Dari penuturan responden di atas, jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa dengan menggunakan internet sebagai media

komunikasi sangat efisien. Dengan adanya email lebih praktis dan cepat dalam memberi atau menerima informasi baik dalam maupun luar daerah dan dalam hal penerimaan mahasiswa baru internet sangat membantu.

Jawaban dari responden Suardi mengatakan dengan internet sebagai media komunikasi sangat menguntungkan karena jarak yang jauh menjadi sangat dekat dengan adanya perangkat-perangkat diinternet seperti email.

Jawaban dari responden Winda Rahadyan mengatakan dengan adanya internet sebagai media komunikasi sangat memudahkan dalam berbagi informasi dengan pihak-pihak diluar daerah.

Jawaban responden Donny Hendra S. dan Nur Azmi mengatakan Dengan menggunakan internet secara tidak langsung sudah menjadi bagian komunikasi baik jarak dekat maupun jauh.

b. Dengan internet informasi cepat sampai ke publik

Responden menjawab:

Internet sangat berpengaruh bagi kinerja PR, dengan internet pesan cepat sampai ke publik, tidak memakan waktu yang lama pesan sudah terkirim kesasaran. Seperti wawancara berikut :

“Internet sangat membantu pekerjaan, dengan adanya internet informasi cepat sampai ke publik, hanya dengan mengirimkan email beberapa saat kemudian pesan sudah sampai kepublik” (wawancara

dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

“Salah satu perkembangan IT adalah email, dengan email informasi cepat sampai ke publik, sehingga memudahkan pekerjaan” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“Dengan internet memang informasi itu cepat sampai, namun untuk saat ini kurang maksimal karena ada kendala dari perangkatnya” (wawancara dengan Donny Hendra Sukmana, 18 Juli 2013 11.00 Wib).

Hal serupa juga dikatakan Winda Rahadyan dan Nur Azmi. Mereka mengatakan:

“Berkat menggunakan internet segala kejadian dan perubahan informasi cepat sampai ke publik” (wawancara 18 Juli 2013).

Dari penuturan responden di atas, jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa Internet sangat mendukung pekerjaan, dengan adanya internet informasi cepat sampai ke publik, hanya dengan mengirimkan email pesan sudah sampai ke publik.

Jawaban responden Suardi mengatakan perkembangan internet sekarang sangat membantu pekerjaan cukup dengan mengirim email pesan sudah diterima.

Jawaban responden Donny Hendra S. dengan perkembangan internet saat ini memang informasi cepat sampai, namun sekarang kurang maksimal karena ada kendala dari perangkatnya.

Jawaban responden Winda Rahadyan dan Nur Azmi mengatakan dengan adanya internet jika ada pemberitahuan atau perubahan informasi akan lebih mudah disampaikan ke publik.

c. Internet sarana penyebaran informasi

Responden menjawab:

“Dengan adanya internet, pihak luar yang ingin mengetahui tentang universitas kita dapat melihat website universitas. Informasi-informasi yang dibutuhkan dapat dibaca dengan cepat” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

Seperti jawaban responden, internet sangat membantu semua pekerjaan, jika sebelumnya tidak ada internet penyebaran informasi sangat lambat namun dengan adanya internet penyebaran informasi lebih cepat dari yang dibayangkan.

“Dengan adanya fasilitas diinternet seperti email sangat membantu dalam penyebaran informasi dengan mudah dan cepat. Dengan email juga bisa mengurangi kertas dan tinta” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“penyebaran informasi lewat internet kita rasakan sangat efisien, mudah dan efektif. Tentunya mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini” (wawancara dengan Donny Hendra Sukmana, 18 Juli 2013 11.00 Wib).

“Dengan media internet komunikasi yang terjalin lebih komunikatif dan membantu pekerjaan. Karena lewat fasilitas ini kita bisa berbagi informasi baik email atau pun chat di jejaring sosial yang sedang naik daun ditengah masyarakat saat ini” (wawancara dengan Winda Rahadyan, 18 Juli 2013, pukul 09.50 Wib).

“Dengan media internet kita lebih mudah berkomunikasi, bertukar informasi satu sama lain tanpa terhalang jarak dan waktu” (wawancara dengan Nur Azmi, 18 Juli 2013, pukul 10.30 Wib).

Dari penuturan responden di atas, dapat diambil kesimpulan dari tiap jawaban responden. Jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa penggunaan media internet dalam penyebaran informasi dirasakan sangat bermanfaat terutama dalam pelayanan informasi-informasi yang perlu diketahui pihak luar.

Jawaban dari responden Suardi mengatakan bahwa dengan internet sebagai media penyebarab informasi dirasakan sangat membantu dalam berkomunikasi. Dengan email yang ada memudahkan informasi cepat sampai dan mengurangi kertas dan tinta.

Jawaban responden Donny Hendra S. mengatakan penyebaran informasi dengan internet sangat mudah, efesien dan efektif. Berbanding terbalik dengan sebelum kemunculan teknologi baru tersebut.

Jawaban dari responden Winda Rahadyan mengatakan dengan penggunaan media internet dalam penyebaran infomasi dirasakan sangat komunikatif. Karena dengan fasilitas yang ada sangat menunjang pekerjaan.

Jawaban responden Nur Azmi mengatakan bahwa dengan menggunakan media internet dalam penyebaran informasi dirasakan

lebih mudah. Dalam hal ini bertukar informasi satu sama lainnya mudah tanpa terhalang jarak dan waktu.

d. Internet sebagai media promosi

Responden menjawab :

Pertanyaan untuk pimpinan humas.

“Internet tidak saja memudahkan komunikasi, memudahkan pertukaran data, transaksi dan sebagainya, namun internet di UIN Suska Riau ini juga sebagai promosi. Karena UIN Suska Riau sudah dikenal di kawasan Asia Tenggara” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

e. Internet memudahkan transaksi dan pertukaran data

Responden menjawab:

“Internet sangat memudahkan transaksi dan pertukaran data karena dengan adanya internet mahasiswa yang ada didaerah dapat mengakses dengan mudah tentang perkuliahan seperti pembayaran Spp, mengisi Krs dan pendaftaran mahasiswa baru” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

Tidak dipungkiri lagi internet sangat memudahkan akses transaksi dan pertukaran data, jika sebelumnya dengan cara manual sangat memakan waktu yang lama berbeda dengan adanya internet sangat cepat dalam bertransaksi dan pertukaran data.

“Dengan internet transaksi dan pertukaran data lebih cepat, tepat sasaran dan akurat” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“Sekarang transaksi dan pertukaran data sangat mudah, biasanya memakan waktu yang lama namun dengan adanya internet semua jadi lebih praktis” (wawancara dengan Donny Hendra Sukmana, 18 Juli 2013 11.00 Wib).

Hal senada juga dikatakan oleh Winda Rahadyan dan Nur Azmi. Mereka mengatakan :

“internet sangat menguntungkan bagi PR, karena baik hal transaksi dan pertukaran data lebih cepat dan lebih mudah” (wawancara 18 Juli 2013).

Dari penuturan responden di atas, dapat diambil kesimpulan dari tiap jawaban responden. Jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa dengan adanya internet sebagai media transaksi dan pertukaran data sangat menguntungkan bagi pihak universitas. Dengan adanya internet segala transaksi dan pertukaran data lebih cepat baik diluar atau pun dalam daerah.

Jawaban dari responden Suardi dengan internet transaksi dan pertukaran data lebih cepat, tepat sasaran dan akurat. Sangat mempersingkat waktu.

Jawaban dari responden Donny Hendra S. mengatakan internet sebagai media transaksi dan pertukaran data sangat mudah, biasanya memakan waktu yang lama namun dengan adanya internet semua jadi lebih praktis.

Jawaban responden Winda Rahadyan dan Nur Azmi mengatakan dengan adanya internet sangat menguntungkan bagi PR, karena baik hal transaksi dan pertukaran data lebih cepat dan lebih mudah.

f. Manfaat media internet untuk kinerja PR

Responden menjawab:

“Dengan adanya internet sangat bermanfaat bagi kinerja humas, karena sangat cepat, senang diakses, dan semua bisa dilihat diinternet” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

Banyak sekali manfaat yang dirasakan oleh humas dalam penggunaan internet sebagai penunjang kinerja. Tidaknya memudahkan komunikasi, transaksi atau pertukaran data juga sangat memudahkan pencitraan bagi Universitas.

“Manfaat internet sangat penting sekali bagi kinerja PR, dengan internet penyebaran informasi lebih cepat. Pencitraan universitas lebih mudah dengan internet” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“Pemanfaatan media internet terhadap kinerja PR masih standar dan belum terkoordinir, namun dalam penyebaran informasi dan pencitraan universitas sudah bagus” (wawancara dengan Donny Hendra Sukmana, 18 Juli 2013 11.00 Wib).

Hal senada juga dikatakan Winda Rahadyan dan Nur Azmi. Mereka mengatakan:

“dengan internet memungkinkan PR dapat menjalin hubungan baik, baik dari internal maupun eksternalnya” (wawancara 18 Juli 2013).

Dari penuturan responden di atas, dapat diambil kesimpulan dari tiap jawaban responden. Jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa dengan adanya internet sangat bermanfaat bagi kinerja humas karena cepat, mudah diakses dan tentunya segala informasi ada diinternet.

Jawaban responden Suardi mengatakan manfaat internet sangat penting bagi kinerja humas, selain penyebaran informasi lebih cepat, pencitraan Universitas pun lebih mudah dilakukan.

Jawaban responden Donny Hendra S. mengatakan pemanfaatan media internet terhadap kinerja PR belum terkoordinir dengan baik, namun dalam penyebaran informasi dan pencitraan sudah lebih baik.

Jawaban responden Winda Rahadyan dan Nur Azmi mengatakan dengan internet memungkinkan PR dapat menjalin hubungan baik, baik dari internal maupun eksternalnya.

## 2. Pemanfaatan media internet dari segi :

### a. Waktu

Berapa lama waktu yang diluangkan untuk mengakses internet dan bagaimana pemangkasan waktunya dibanding media lain?

Responden menjawab:

“Lama waktu yang diluangkan dalam mengakses internet dalam sehari satu jam, terkadang hanya mengirim email atau hanya mengecek berita-berita yang beredar diinternet. Pemangkasan waktunya juga

sangat cepat hanya butuh beberapa menit saja pesan sudah terkirim ketujuan” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

“Pemakaian internet dalam sehari sekitar 2jam. Pemangkasan waktu dengan menggunakan internet sangat cepat efektif juga efisien” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“Waktu yang diluangkan dalam mengakses internet dalam sehari sekitar dua jam, dengan adanya internet pemangkasan waktunya sangat cepat, hanya butuh beberapa detik pesan sudah diterima” (wawancara dengan Donny Hendra Sukmana, 18 Juli 2013 11.00 Wib).

“Dengan adanya internet sangat membantu pekerjaan, waktu yang diluang dalam mengakses internet dalam sehari selama tiga jam. Melihat desain-desain grafis diinternet. Pemangkasan waktunya juga cepat sangat memudahkan pekerjaan” (Winda Rahadyan, 18 Juli 2013, pukul 09.50 Wib).

“Dalam sehari waktu yang diluangkan mengakses internet 1jam dan pemangkasan waktunya sangat luar biasa cepat dibanding dengan media lainnya” (Nur Azmi, 18 Juli 2013, pukul 10.30 Wib).

Dari penuturan responden di atas, dapat diambil kesimpulan dari tiap jawaban responden. Jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa waktu yang diluang mengakses internet dalam sehari 2 jam, baik mengirim email atau pun mengecek berita-berita yang beredar diinternet. Pemangkasan waktunya juga cepat.

Jawaban responden Suardi mengatakan pemakaian internet dalam sehari sekitar 2jam. Pemangkasan waktu dengan menggunakan internet sangat cepat efektif juga efisien.

Jawaban responden Donny Hendra S. mengatakan pemakaian internet dalam sehari selama 2jam. Untuk mengecek email ataupun mengirim email. Pemangkasan waktunya juga sangat cepat.

Jawaban responden Winda Rahadyan mengatakan dengan adanya internet sangat membantu pekerjaan, waktu yang diluang dalam mengakses internet dalam sehari selama 3jam. Melihat desain-desain grafis diinternet. Pemangkasan waktunya juga cepat sangat memudahkan pekerjaan.

Jawaban responden Nur Azmi mengatakan dalam sehari waktu yang diluankan mengakses internet selama 1jam dan pemangkasan waktunya sangat luar biasa cepat dibanding dengan media lainnya.

#### b. Biaya

Berapa perbandingan biaya internet dengan media lain?

Responden menjawab:

Pertanyaan ini khusus ditujukan kepada pimpinan humas.

“Perbandingan biaya penggunaan internet dengan media lain seperti media cetak (Koran) dan media elektronik (televisi) yaitu media internet lebih besar biayanya dari media lain (tidak disebutkan biaya berapa), untuk media cetak seperti Koran 5 juta rupiah perhalaman dan media elektronik seperti televisi 1 jam dialog info 8juta rupiah” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

#### c. Sasaran

Apakah sasarannya tepat dengan menggunakan internet?

Responden menjawab:

“Dengan menggunakan internet sasarannya sangat tepat, karena rata-rata sekarang semua orang sudah bisa mengakses internet” (wawancara dengan pimpinan humas Yulizar Ilyas M.A, 18 Juli 2013, pukul 09.20 Wib).

“Internet mempermudah komunikasi dan pertukaran data jadi sasaran internet tepat dibanding media lain” (wawancara dengan Suardi S.Sos, 18 Juli 2013, pukul 11.30 Wib).

“Dengan internet informasi yang diberikan tepat sasaran, apalagi dengan adanya email sangat mempermudah pekerjaan” (Winda Rahadyan, 18 Juli 2013, pukul 09.50 Wib).

Hal senada dikatakan Donny dan Nur Azmi. Mereka mengatakan: “Internet tepat sasaran dengan sesama pengguna internet saja, jadi terkadang juga butuh media lain agar sasaran tepat” (wawancara dilakukan 18 Juli 2013).

Dengan penuturan responden di atas, jawaban dari responden Yulizar mengatakan bahwa sasaran penggunaan internet sangat tepat karena hamper semua orang sudah bisa mengakses internet.

Jawaban dari responden Suardi mengatakan sasaran penggunaan internet lebih tepat dibanding dengan media lain karena internet sangat mempermudah komunikasi dan pertukaran data.

Jawaban dari responden Winda Rahadyan mengatakan dengan adanya email sangat membantu pekerjaan jadi internet tepat sasaran.

Jawaban dari responden Donny dan Nur Azmi mengatakan bahwa internet tepat sasaran sesama pengguna internet saja jadi dibutuhkan media lain juga.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas (jawaban-jawaban responden) banyak keuntungan internet bagi kinerja PR. Adapun keuntungan yang diperoleh melalui pemanfaatan penggunaan internet adalah terciptanya komunikasi yang aktif dengan menjalin komunikasi dengan yang lain (Rosady Ruslan, 2001: 251).

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **A. Pendahuluan**

Dalam bab sebelumnya atau pada bab penyajian data, penulis telah memaparkan hal-hal yang akan dibahas atau dianalisa pada bab ini. Adapun hal-hal yang akan dibahas dan dianalisa pada bab ini adalah pemanfaatan media internet terhadap kinerja PR.

Analisis ini dilakukan mengacu pada landasan teori, metode yang digunakan deskriptif kualitatif, dimana analisis ini berlandaskan pada *task-technology fit theory*.

#### **B. Dampak media internet dalam meningkatkan kinerja humas**

Dari pendahuluan yang penulis kemukakan pada bab I, dimana munculnya sosial media merupakan cikal bakal perkembangan teknologi internet. Banyak ahli menyebutkan, pemakaian internet terutama pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Kegunaan lainnya adalah pembuatan *newsletter* (terbitan berkala) elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran dan aplikasi internet dan *web one to one* dalam kegiatan *marketing* dan komunikasi (Holtz, 1993:3).

Maka, berdasarkan hasil wawancara penulis yang dilakukan pada 18 Juli 2013, dengan responden Yulizar, Suardi, Donny Hendra Kusuma, Winda Rahadyan dan Nur Azmi. Bahwa dengan internet internet sangat bermanfaat bagi kinerja humas karena cepat, mudah diakses dan tentunya segala informasi ada

diinternet, memungkinkan PR dapat menjalin hubungan baik, baik dari internal maupun eksternalnya.

Perkembangan masyarakat yang dipacu oleh kemajuan teknologi komunikasi semakin canggih menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap pemekaran media teknologi komunikasi. Di lain pihak, secara timbal balik ini menimbulkan dampak yang teramat kuat pula setiap individu maupun kelompok (Djaja, 1985: 125). Fungsi hubungan yang dimiliki oleh teknologi media komunikasi itu sedemikian berpengaruhnya pada setiap individu. Dalam hal ini yang dimaksud penulis adalah penggunaan media internet dimana kemampuannya membuat sesuatu menjadi umum dari media sebelumnya dan merupakan kebutuhan dari universitas.

Melalui internet, setiap individu dapat berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Optimalisasi penggunaan internet menyangkut konsep *cyber* PR ini adalah untuk keperluan kegiatan universitas itu sendiri. Penggunaan media *cyber* PR ini mempunyai peranan yang cukup mempengaruhi dalam menunjang kinerja pada karyawan/staf di perusahaan (ardianto, 2004: 140).

1. Internet digunakan sebagai media komunikasi

Dalam implementasinya internet dapat berfungsi sebagai media komunikasi, media *interface* manajemen dokumentasi berbagai media, sehingga menjadi asisten pribadi. Internet menjembatani komunikasi internal melalui fungsi email, chatting, teleconference, nota dinas, pengumuman hingga iklan internal. Sehingga dengan internet semua

berkaitan dengan hal-hal yang di atas dapat dilihat dihalaman internet universitas.

PR sebagai fungsi komunikasi, perlu dipahami bahwa kegiatan utama PR adalah melakukan komunikasi. PR sebagai fungsi staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Dari penyajian data wawancara dengan Yulizar, Suardi, Donny Hendra Kusuma, Winda Rahadyan, Nur Azmi mengarah pada fungsi PR menurut Frank Jefkins (1996 : 8) meliputi hal-hal berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
  - b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
  - c. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
  - d. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dengan publik baik internal maupun eksternal.
2. Dengan internet informasi cepat sampai kepada publik

Seluruh computer terhubung dengan satu jaringan lokal. Internet sebagai pendatang baru mengandal fleksibilitas, open standart dan banyaknya vendor yang bergabung dalam meningkatkan kemampuan

internet serta jaminan perkembangan teknologi yang makin meningkat kemampuannya. Internet digunakan untuk membantu alat dan aplikasi, misalnya kolaborasi dalam kerja sama (untuk memfasilitasi bekerja dalam kelompok dan telekonferensi) atau direktori perusahaan yang sudah canggih, penjualan dan alat manajemen hubungan dengan pelanggan, manajemen proyek dan untuk memajukan produktivitas.

Dari hasil wawancara (responden Yulizar, Suardi, Donny Hendra Sukmana, Winda Rahadyan dan Nur Azmi, tertanggal 18 Juli 2013) maka saluran komunikasi yang jelas dan langsung adalah pemanfaatan akses internet bagi praktisi PR di UIN Suska Riau, dimana hal ini sesuai dengan teori manfaat media internet dijelaskan oleh Onggo (2004: 120) sebagai berikut:

- a. Penyebaran informasi antara sesama karyawan dengan cara yang cepat, mudah dan efektif.
- b. Internet dapat langsung ditaruh di halaman web perusahaan dan setiap karyawan dapat langsung membaca dilayar komputernya.
- c. Perusahaan dapat melihat langsung dan cepat jika ada perubahan-perubahan yang terjadi.
- d. Halaman internet juga bisa digunakan untuk meminta umpan balik atau saran dan kritik dari karyawan, penyebaran berita intern perusahaan (dalam bentuk buletin) dan sebagainya.

### 3. Internet juga digunakan sebagai sarana penyebaran informasi

Berbagai bentuk media telah muncul yang mengubah ruang lingkup PR, namun ini tidak mengubah profesi PR. Bahkan peranan dasar sebagai perpanjangan persepsi manusia tidak berubah walaupun batas-batas media telah berubah. Penyebab utama dari transformasi media adalah meningkatnya pemanfaatan teknologi digital. Pergerakan media begitu mudahnya dari suatu bentuk ke bentuk lainnya, dari media cetak, dan sekarang dalam bentuk multimedia, melalui kabel, tanpa kabel dan satelit (Ahmad Fuad, 2004: 254).

Pada penyajian data wawancara dengan responden Yulizar, Suardi, Donny, Winda dan Nur azmi dapat diketahui bahwasannya, internet sangat membantu dalam penyebaran informasi baik di dalam ataupun diluar daerah, tidak hanya itu internet sangat menunjang pekerjaan praktisi PR di Universitas. Sebagaimana penulis mengutip ucapan dari responden Winda Rahadian dan Nur Azmi tertanggal 18 Juli 2013:

“...dengan media internet komunikasi yang terjalin lebih komunikatif dan mambantu pekerjaan. Karena lewat fasilitas ini kita bisa berbagi informasi baik email atau pun chat dijejaring sosial yang sedang naik daun ditengah masyarakat saat ini”

“...dengan media internet kita lebih mudah berkomunikasi, bertukar informasi satu sama lain tanpa terhalang jarak dan waktu”.

### 4. Internet sebagai sarana promosi

Sesuai hasil wawancara dengan pimpinan humas UIN Suska Riau, internet tidak hanya memudahkan komunikasi, memudahkan pertukaran data tetapi internet juga dijadikan sebagai alat promosi.

Karena dianggap sangat efektif dan efisien. Mengingat UIN Suska Riau sudah dikenal di Asia Tenggara.

5. Internet memudahkan transaksi dan pertukaran data

Internet ini membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya. Organisasi atau perusahaan yang mengadopsi internet akan mengalami perkembangan pesat ditengah-tengah masyarakat informasi yang semakin heterogen dan dapat meraut khalayak atau pasar sasaran yang lebih besar sarannya (Onggo, 2004: 5).

Dengan internet sangat membantu pekerjaan praktisi humas, dengan internet transaksi dan pertukaran data lebih mudah dan cepat. Manfaat penggunaan media internet dirasakan betul oleh humas UIN Suska Riau. Kemudahan dalam fasilitas yang ada, memungkinkan setiap karyawan dapat bekerja dengan baik, professional dan efesinsi kerja pun menjadi acuan dalam penggunaan internet. Sesuai fungsi internet menurut Arif Rahman (2007: 49) :

- 1) Sebagai sumber yang didapatkan lebih cepat dan murah dengan aplikasi : *email, www, news grup, FTP*, dan lain-lain.
- 2) Mengurangi biaya kertas dan biaya distribusi, contoh; koran, tabloid, warta.
- 3) Sebagai alat *research* dan *development*.

4) Sebagai media promosi.

5) Pertukaran data.

Berdasarkan adanya cyber community ini maka seorang PR juga bisa berkampanye tentang corporate maupun instansi dimana mereka bernaung dalam rangka membangun image. Hal ini senada dengan apa yang pernah diungkapkan oleh wimar witoelar (dalam wikipedia), dimana beliau mengatakan bahwa kehadiran internet telah mengubah cara seseorang dalam berkomunikasi. Artinya PR modern adalah PR yang mampu memanfaatkan internet sebagai media utama dalam penyampaian pesan.

Oleh karena itu internet dan komunikasi teknologi merupakan satu-satunya media yang membuat seluruh dunia tersambung sehingga mendatangkan dampak sekaligus manfaat yang tidak dapat kita bayangkan, diantaranya adalah pemanfaatan media ini untuk kepentingan corporate dalam hal membangun merek solid dan dikombinasikan dengan strategi PR konvensional (Onggo, 2009: 9).

Banyaknya perusahaan dapat melihat bagaimana internet dapat difungsikan melalui pendekatan PR. Melalui penggunaan media internet PR dapat memiliki peran yang lebih besar dibandingkan dengan saudara di “dunia fisik” oleh karena setiap aspek aktivitas online suatu instansi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi hubungan dengannya dengan publik, informasi dan komunikasi dapat diupayakan dengan upaya yang

maksimal, seiring dengan itu maka melalui media inilah telah terbentuk suatu tren baru yang disebut dengan cyber PR atau dengan bahasa lain disebut E-PR (Onggo, 2009: 10).

Mengonsumsi media IT yang baru adalah dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki. Disinilah konsep IT baru yang menjadi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan setiap aktifitas dan kegiatan bagi instansi. Berkaitan dengan menunjang kinerja maka dari hasil pemaparan penulis pada bab sebelumnya, maka penulis menganalisis bahwa apa yang dipahami dalam grand theory yaitu task technology fit betul adanya. Dimana perkembangan teknologi memudahkan kehidupan dan aktifitas manusia hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan goondhue kesesuaian antara kemampuan teknologi untuk mendukung pekerjaan (Dawyer, 2007:4).

Pembahasan di bab ini mengenai internet sebagai salah satu meningkatkan kinerja praktisi PR. Semua narasumber menjelaskan bahwa kehadiran internet di lembaga yang menaungi mereka sangat mendukung kinerja PR dalam melakukan tugas. Berbagai argumentasi narasumber dikemukakan terkait dengan persoalan di atas dimana dari hasil wawancara tersebut ada beberapa argumentasi yang dilontarkan oleh narasumber yang menurut penulis memiliki kaitan erat dengan konsep teori tentang manfaat. Kemudahan dan keunggulan internet dalam meningkatkan kinerja humas, dimana dala konteks sederhana kinerja bisa dipahami prestasi kerja yang dibuktikan dengan hasil kerja.

Namun terkadang ada gangguan teknis pada jaringan sehingga agak sulit dalam menggunakan internet, seperti tidak terkoneksi jaringan kekomputer dan lambatnya *loading* dalam mengakses internet. Tetapi itu bukan masalah yang besar karena hanya sesekali terjadi hal tersebut.

### **C. Pemanfaatan media internet dalam segi :**

#### **1. Waktu**

Dari hasil wawancara dengan responden dapat diambil kesimpulan penggunaan internet dalam sehari dari 1-3 jam perhari. Ini menandakan kebutuhan akan internet dalam hal berkomunikasi atau menunjang pekerjaan sangat dibutuhkan. Apalagi dengan pemangkasan waktu yang singkat dibanding media lain juga sangat membantu pekerjaan humas. Selain cepat internet juga mudah dan efisien.

#### **2. Biaya**

Dari hasil wawancara dengan pimpinan humas Yulizar mengatakan perbandingan biaya penggunaan internet dengan media lain seperti media cetak (koran) dan media elektronik (televisi) yaitu media internet lebih besar biayanya dari media lain (tidak disebutkan biaya berapa) karena menggunakan *Wifi*, untuk media cetak seperti Koran 5 juta rupiah perhalaman dan media elektronik seperti televisi 1 jam dialog info 8juta rupiah.

Walau begitu internet sangat menunjang pekerjaan humas karena memudahkan promosi universitas baik ke luar daerah atau pun luar negeri. Namun, walaupun internet biayanya paling mahal dari media lain internet sangat pembantu pekerjaan, baik humas maupun pegawai yang lain. Dan dengan adanya pembayaran *Wifi* dikalangan mahasiswa 10 ribu perbulan sudah mengurangi biaya untuk internet itu sendiri.

### 3. Sasaran

Dari hasil wawancara semua responden dapat disimpulkan sasaran penggunaan internet sangat tepat karena hampir semua orang sudah bisa mengakses internet. Karena internet sangat mempermudah komunikasi, promosi, transaksi dan pertukaran data.

Walaupun internet sangat berpengaruh bagi humas bukan berarti media lain tidak dibutuhkan, namun saling berdampingan untuk menunjang pekerjaan agar lebih baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dalam bab ini penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

#### **A. Kesimpulan**

PR sebagai ilmu maupun sebagai profesi, merupakan sesuatu yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, untuk bersentuhan dengan teknologi komunikasi baru bernama internet kita harus bersosial media. Pemanfaatan media internet sangat menunjang kinerja Humas. Dengan internet tidak hanya memudahkan komunikasi, promosi, transaksi dan pertukaran data tetapi juga pemangkasan waktu yang cepat dan sasaran yang tepat sangat menunjang kinerja Humas. Namun terkadang terjadi kendala teknis yang menyebabkan gangguan pada jaringan untuk mengakses internet. Tetapi hal itu hanya sesekali terjadi dan tidak mengurangi manfaat media internet itu sendiri dalam menunjang kinerja Humas.

#### **B. Saran**

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, generasi muda dituntut untuk bisa membekali dirinya sendiri agar bisa bersaing dengan yang lain untuk bisa hidup lebih layak. Apalagi sekarang perkembangan teknologi sangat pesat. Semoga internet di bagian humas benar-benar dimanfaatkan agar visi UIN tercapai dalam mengembangkan ajaran islam di Kawasan Asia Tenggara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, Dr. Ahnad Fuad. 2004. *Tips dan Trik PR*. Jakarta : Garsindo
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *PR: Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung : Pustaka Bani Quraisy
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Anggoro, Linggar. 2001. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Kencana
- Buku Panduan Akademik. 2012. Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan. UIN Suska Riau
- Cutlip, M. Scoot, Allen H. Center, Gleen M. Broom. 2009. *Effective public*
- Djaja, Dr. H. R. Danan. 1985. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Alumni Bandung
- Effendy, Onong Uchyana. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [http://uinsuska.ac.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=58](http://uinsuska.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=58) diakses 20 maret 2013 pukul 21.00 Wib.
- <http://www.instituteforpr.com/intern...echnology.phtm>. diakses 23 maret 2015 pukul 21.30 wib.
- <http://www.reuters.com/newsArticle.h...toryID=5777817> diakses 23 maret 2015 pukul 21.30 wib.
- Kriyatono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Rosda Karya
- Mardhiah Rubani. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Pekanbaru : UR Press
- Moelong, Lexi. Prof. Dr. 2004. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Onggo, Bobjulius. 2005. *Cyber PR*. Jakarta: Efek Media Komputindo.
- Rosady Ruslan. 2001. *Media Relatios, Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung : Simbiosis Rekitama Media.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Daftar Pertanyaan

1. Apakah anda menggunakan internet?
2. Mengapa anda menggunakan internet?
3. Apakah kesulitan-kesulitan dalam mengakses internet?
4. Apakah internet digunakan sebagai media komunikasi?
5. Mengapa internet dijadikan media komunikasi?
6. Media apa yang digunakan selain dari internet?
7. Berapa lama waktu yang diluangkan untuk mengakses internet?
8. Apakah dengan internet informasi cepat sampai ke publik?
9. Berapa pemangkasan waktu dengan menggunakan media internet dalam menyampaikan informasi?
10. Apakah internet dijadikan sebagai iklan dan alat marketing?
11. Mengapa internet dijadikan sebagai iklan dan alat marketing?
12. Apakah internet sebagai media pertukaran data?
13. Mengapa internet dijadikan sebagai media pertukaran data?
14. Apakah internet memudahkan transaksi?
15. Apakah sarannya tepat dengan menggunakan internet?
16. Bagaimana pemanfaatan media internet terhadap kinerja PR?
17. Bagaimana penyebaran informasi melalui internet?
18. Bagaimana perbandingan biaya penggunaan internet dengan media lain?

## DOKUMENTASI



Ket : pimpinan humas Yulizar, M. Ag



Ket : Suardi, S.Sos



Ket : Donny Hedra Sukmana



Ket : Winda Rahadian



Ket : Nur Azmi