



## Media Siber sebagai Sarana Komunikasi dalam Pelaksanaan Kehumasan Perguruan Tinggi Keagamaan: Eksistensinya Di IAIN Parepare

Alfiansyah Anwar<sup>1\*</sup>, Ahmad Abbas<sup>2</sup>,

<sup>1</sup>IAIN Parepare

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene

\*Korespondensi: [alfiansyahanwar@iainpare.ac.id](mailto:alfiansyahanwar@iainpare.ac.id)

### Info Artikel

Diterima 06  
Februari 2023

Disetujui 11  
April 2023

Dipublikasikan 04  
Mei 2023

*Keywords:*  
Media Siber,  
Komunikasi,  
Hubungan  
Masyarakat

© 2023 The  
Author(s): This is  
an open-access  
article distributed  
under the terms of  
the Creative  
Commons  
Attribution  
ShareAlike (CC BY-  
SA 4.0)



### Abstrak

Media siber menjadi sarana bagi Perguruan Tinggi Keislaman dalam menunjang kehumasannya. Salah satu perguruan tinggi tersebut adalah IAIN Parepare yang pada tahun 2019 memperoleh peringkat pertama dalam Penghargaan Pemberitaan Bidang Pengawasan tahun 2019 dari Kementerian Agama. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui eksistensi media siber dalam kinerja di IAIN Parepare. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan netnografi. IAIN Parepare adalah objek dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa eksistensi media siber mendorong pelaksanaan kinerja kehumasan IAIN Parepare dengan memanfaatkan website utama kampus, YouTube, Facebook, Twitter, dan Instagram. Di samping itu, IAIN Parepare menjalin kerjasama terikat dengan media siber eksternal dalam menambah sebaran informasi kampus.

### Abstract

Cybermedia becomes a means of Islamic Universities to spur the public relations. One of them is IAIN Parepare which obtained first ranking for publication award concerning supervisions from Ministry of Religion in 2019. This research seeks to demonstrate the existence of cyber media in leading the performance of public relations at IAIN Parepare. The type of this research is qualitative using nethnography approach. IAIN Parepare is object in this research. The result of this research demonstrates that the existence of cyber media spurs the implementation of performance of public relations of IAIN Parepare by utilizing main website of the campus, YouTube, Facebook, Twitter and Instagram so that information in terms of performance can be accessed by the public. Besides, IAIN Parepare conducts a contract cooperation with external cyber media in expanding the spread of campus information.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan media massa sekarang semakin maju dan berjalan dinamis. Salah satunya yakni maraknya kehadiran media massa jenis media siber. Media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Jika sebelumnya dikenal media konvensional seperti media cetak (Koran atau Surat Kabar, Majalah, Tabloid, dan Buletin), media elektronik (Radio dan Televisi), kini hadir media siber atau biasa dikenal dengan media *daring* atau media dalam jaringan. Media siber ini adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media *online*, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media *online*, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Fase perkembangan teknologi informatika, efek media secara cepat dinikmati. Teknologi akan menggabungkan aspek-aspek yang terdiri dari telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa (Dijk, 2006). Media berbasis teknologi inilah berupa media siber yang perlu dimanfaatkan. Jenis-jenis media siber adalah Situs (Website), Blog, Wiki, Media Sosial, dan sebagainya. Media siber berfungsi sebagai media komunikasi. Informasi dibuatkan konten kemudian dipertukarkan antara penggunanya (Castells, 2009; Stark & Castells, 1997). Sebagai salah satu media siber adalah media sosial. Praktik kehumasan mampu dijalankan melalui media sosial sebab media tersebut sedang membawa perubahan kerja (Nasrullah, 2015). Manfaatnya adalah relasi sosial dapat terbangun dengan membangun cerita pada sebuah akun atau profil. Pada penelitian sebelumnya (Rustandi & Gustini, 2021), media sosial mampu membangun komunikasi yang dibuat oleh kehumasan di Politeknik LP3I Bandung di mana kontennya ke arah fungsi *marketing*, misalnya kampus, penerimaan mahasiswa baru, ke arah fungsi edukasi dan kegiatan-kegiatan akademik kampus, misalnya informasi perkuliahan, kegiatan ilmiah dan sosial kampus.

Media siber mampu menciptakan pemeliharaan hubungan dan komunikasi organisasi (Sanjaya et al., 2017). Tidak hanya itu, media siber tentu membangun inklusivitas beragama. Dakir et al. (2020) mengungkapkan bahwa inklusivitas di lembaga pendidikan pesantren terbangun dengan memanfaatkan media sosial. Keunggulan sarana sosial media sebagai media pembelajaran terletak pada aspek interaksi dan berbagi informasi yang lebih luas (Selwyn, 2009).

PTKI saat ini telah meningkat dan dipandang mampu memberitakan dunia akademik. Penelitian ini mengkaji pemanfaatan media siber di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI), yakni di IAIN Parepare di mana kampus tersebut diakui dapat meningkatkan mutu jangkauan media pemberitaan dan akhirnya mendapatkan salah satu Penghargaan Pemberitaan Bidang Pengawasan tahun 2019 dari Kementerian Agama. Masalahnya adalah bahwa IAIN Parepare termasuk kampus yang baru menjadi Institusi di mana sebelumnya STAIN, padahal kampus PTKIN setara UIN memiliki banyak pengalaman. Hal ini tentu menarik diteliti bahwa bagaimana eksistensi media siber di IAIN Parepare yang akhirnya memperoleh penghargaan. engan demikian, penelitian ini berupaya untuk mengungkapkan eksistensi media siber dalam kinerja institusi pendidikan Keagamaan Islam di IAIN Parepare.

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan media siber yang selama ini sedang dilakukan oleh IAIN Parepare sebagai PTKIN. Kontribusi penelitian ini mampu menjadi acuan bagi PTKI lain dalam meningkatkan pelaksanaan kehumasannya. Penelitian ini juga berkontribusi dalam menambah kajian media dan komunikasi bahwa pemanfaatan media siber yang mengedepankan identitas kearifan lokal dan keagamaan adalah bermanfaat bagi lembaga dan penggunanya.

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang didesain dengan menggunakan pendekatan netnografi. Pada pendekatan tersebut, penelitian ini memahami objek penelitian secara virtual. Netnografi adalah pendekatan kualitatif yang diadaptasi dari etnografi yang kemudian dikembangkan menjadi cara untuk memahami objek penelitian di dunia maya atau dilakukan secara online. Kozinet (2015) menyatakan bahwa netnografi diperoleh dari pendekatan etnografi yang mempelajari *culture and community* yang kemudian dilakukan secara *online* dan selanjutnya dapat dijadikan teknik riset kualitatif untuk bidang media sosial.

Objek dalam penelitian ini adalah IAIN Parepare. Sejak IAIN berubah status dari STAIN menjadi IAIN pada tahun 2018, IAIN Parepare mulai melakukan penataan manajemen kehumasannya untuk meningkatkan komunikasi mengenai kinerjanya dengan memanfaatkan media siber serta membentuk komunitas pendidikan *online* dengan nama *website* adalah <http://www.iainpare.ac.id>. Di samping itu, IAIN Parepare memanfaatkan Facebook dengan profil @iainparepare, Instagram (@iainpareofficial), Twitter (@iainpare) dan YouTube dengan nama TV IAIN PAREPARE. Sebagai hasil, IAIN meningkatkan mutu jangkauan media pemberitaan melalui Website, Facebook, Twitter, dan Instagram. Tidak cukup waktu yang lama peringkat pertama dalam Penghargaan Pemberitaan Bidang Pengawasan tahun 2019 dari Kementerian Agama.

Teknik pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan observasi dan wawancara online, serta dokumentasi dari media siber sehingga dalam netnografi diperoleh data arsip, data elisit, dan data catatan lapangan. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat IAIN Parepare. Selanjutnya, data dari media siber juga diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian dengan pendekatan netnografi menggunakan media komputer dengan fasilitas internet yang kemudian melakukan wawancara elektronik apakah *chatting* atau *e-mail* atau *voice recorder*, dan mengamati ruang maya (Kozinet, 2012).

Analisis data dilakukan untuk menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu data arsip, data yang terelisasi, dan data catatan lapangan. Data arsip adalah data yang sudah terdokumentasi dari internet berupa postingan dalam media siber. Data yang muncul saat berinteraksi dengan informan adalah bagian dari data elisit (*elicited data*). Data tersebut mencakup data dari hasil wawancara *online*. Catatan-catatan selama melakukan observasi dan analisis data di media siber menjadi data tambahan di lapangan. Selanjutnya, data penelitian ini dilakukan reduksi data, yaitu membuat inti rangkuman. Setelah itu, tema ditentukan dan ditarik suatu simpulan. Kozinets (2010) menyatakan dua jenis analisis data dalam pendekatan netnografi, yaitu analisis menggunakan koding dan interpretasi hermeneutik. Netnografi mengkonstruksi interpretasi hermeneutik yang koheren dan bebas dari kontradiksi, serta mampu dipahami. Di

samping itu, interpretasi hermeneutik ditulis dengan gaya prosa persuasif, melibatkan, dan menggunakan ilusi, serta analogi (Arnold & Fischer, 1994). Interpretasi hermeneutik dalam penelitian ini, konteks postingan dari data yang ditampilkan di media siber dan dari kutipan wawancara akan dianalisis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil

. Visi Institut Agama Islam Negeri Parepare adalah Akulturasi Budaya dan Islam, dan Misi Institut Agama Islam Negeri Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan sarjana Islam yang toleran dan mampu menggunakan teknologi informasi;
- b. Menciptakan sarjana Islam yang menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, seni, berjiwa entrepreneurship berwawasan akulturasi budaya dan Islam rahmatan lil alamin.

Adapun tujuan Institut Agama Islam Negeri Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pemerataan dan sebaran pendidikan tinggi keagamaan melalui perluasan akses kepada masyarakat;
- b. Mewujudkan ilmuan Islam yang toleran berwawasan akulturasi budaya dan Islam rahmatan lil alamin;
- c. Mewujudkan ilmuwan Islam yang mampu menggunakan teknologi informasi.

Sasaran Institut Agama Islam Negeri Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Menjadikan Institut sebagai perguruan tinggi Islam yang terkemuka, melampaui standar nasional pendidikan tinggi dalam pelaksanaan tridharma perguruan tinggi, dengan tata kelola lembaga yang baik (good governance institution) dan budaya akademik yang baik (good academic culture) berlandaskan nilai kearifan lokal;
- b. Dinamis dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, seni;
- c. Menjadi referensi akademik mengenai Islam moderat yang toleran, plural, dan keindonesiaan atau kearifan lokal.

Syar / Motto Institut Agama Islam Negeri Parepare adalah *Malebbi warekkadana makkiade' ampena* (Santun dalam bertutur, sopan dalam berperilaku). Media siber sebagai sarana bagi divisi Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat IAIN Parepare untuk efektivitas pelaksanaan kinerja. Di samping mengandalkan media konvensional seperti media cetak, IAIN Parepare mengandalkan media siber dengan memanfaatkan media dalam jaringan internet atau website-nya sendiri dan media sosial.

Media ini menjadi sarana berkomunikasi IAIN Parepare dengan sivitas akademik, mahasiswa dan masyarakat. Informasi yang disampaikan adalah seluruh kegiatan yang mampu meningkatkan citra dan reputasi lembaga. Untuk kebutuhan komunikasi melalui media siber, IAIN Parepare telah menetapkan divisi untuk pelaksanaan pengembangan komunikasi di media siber dengan tujuan untuk efektivitas pelaksanaan dan kinerja kerja Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat IAIN Parepare. Hal ini berdasarkan pada Peraturan Menteri Agama (PMA) nomor 35 tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare Pasal 45 ayat 3, tugas dan fungsi Sub Bagian Kerjasama dan Humas adalah melakukan administrasi kerjasama, hubungan masyarakat, dokumentasi dan

publikasi. Jumlah Sub Bagian Kerjasama dan Humas (Subbag KHM), sebanyak tiga orang yaitu Kasubbag KHM (Suherman Syach), Staf (Nur Aeny K), Staf (Darminati).

Semua fakultas memiliki website yang menjadi sub domain dari website institusi <https://www.iainparepare.ac.id>. Ada pun nama websitenya masing-masing fakultas sebagai berikut:

- a. <https://syariah.iainpare.ac.id/> (Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam) Penanggungjawab (Kabag TU)
- b. <https://febi.iainpare.ac.id/> (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) Penanggungjawab (Kabag TU)
- c. <https://fuad.iainpare.ac.id/> (Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah) Penanggungjawab (Kabag TU)
- d. <https://tarbiyah.iainpare.ac.id/> (Fakultas Tarbiyah) Penanggungjawab (Kabag TU).

“Informasi kegiatan yang dipublikasi di IAIN Parepare adalah seluruh kegiatan yang dilaksanakan sivitas kampus, yang meliputi penyelenggaraan tri dharma perguruan tinggi (pendidikan dan pengajaran, Riset dan pengabdian masyarakat) dan kegiatan yang terkait dengan PTKIN, Informasi Kementerian Agama”, ucap Suherman Syach, Kepala Sub Bagian KHM IAIN Parepare.

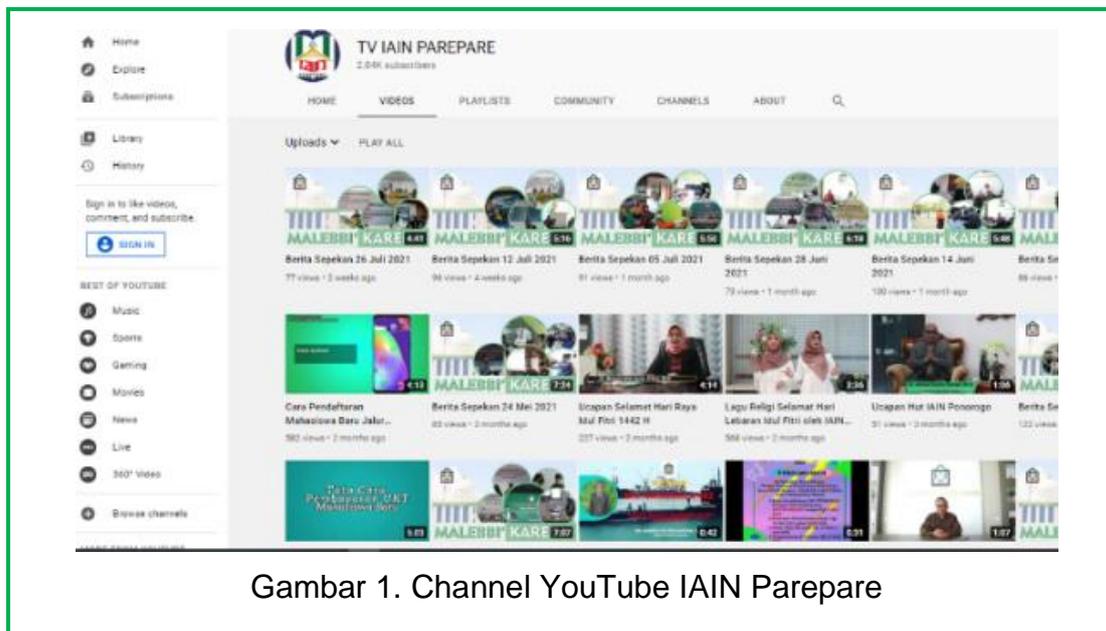
Website IAIN Parepare bertujuan untuk mengungkapkan beragam informasi dari pengumuman informasi yang akan disampaikan, kegiatan mahasiswa, kegiatan dosen dan pegawai. Tidak hanya itu, IAIN Parepare berusaha menyajikan informasi berupa opini pada website kampus yang menunjang pengembangan ilmu pengetahuan. Para dosen dan mahasiswa diberikan wadah untuk menyampaikan idenya dengan mengirimkan opini terkait isu-isu terkini atau permasalahan sosial. Dalam website, humas juga mengembangkan majalah online Malebbi Kareba yang diterbitkan dua kali per tahun. Itu juga disajikan pada media online IAIN Parepare (<http://www.iainpare.ac.id/edisi-perdana-majalah-malebbi-kareba-iain-parepare/>).

### 3.2 Pembahasan

Media siber mampu menunjang aktivitas kehumasan (Sanjaya et al., 2017). Media tersebut memiliki kecepatan respon dua arah dan interaktif. Media sosial adalah bentuk humas siber yang digunakan pada generasi Web 2.0 (Hasfi et al., 2014). Media sosial adalah sarana komunikasi organisasi kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh bagian Humas. Tujuannya adalah untuk menjalin hubungan, membangun opini, serta membangun citra lembaga. IAIN Parepare sebagai institusi pendidikan yang memiliki media siber untuk terhubung dengan publik. Komunikasi kehumasan dilakukan melalui media sosial (Facebook, Instagram, dan Twitter). Selain itu, bagian Kerjasama dan Humas IAIN Parepare juga memanfaatkan channel YouTube. Sebagai salah satu situs web yang menyajikan konten video, IAIN Parepare membuat channel televisi dengan nama TV IAIN Parepare. *YouTube* adalah layanan hosting video paling terkenal di domain media sosial. Tidak seperti media tradisional, *YouTube* memungkinkan pengguna berkomunikasi (Gill et al., 2007). Tersedianya video membuat penggunanya bisa menonton konten dan memungkinkan saling berinteraksi melalui kolom tersedianya tanggapan atau komentar dalam menilai konten. Konten yang ditampilkan bisa dibagikan, disematkan dan didiskusikan (Chamberlain, 2010).

Pembuatan konten dalam terminologi jaringan online disebut sebagai konten buatan pengguna (UGC). UGC memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pendapat, pemikiran, dan konten kreatif mereka dengan orang lain secara online (Boyd & Ellison, 2007, 2010). Sementara itu, YouTube berfungsi sebagai platform bagi para profesional untuk memamerkan diri mereka sendiri, yang secara subjektif lebih kuat dibandingkan dengan UGC (Cha, 2014). Oleh karena itu, sebagai *platform* bagi lembaga pendidikan untuk menginformasikan eksistensinya, IAIN Parepare menghadirkan *channel* video untuk berinteraksi, terlibat, melihat, berkolaborasi, dan terutama menilai sistem komunikasi.

Lebih lanjut, *YouTube* lebih dari channel berbagi dan menonton video. Ini telah menciptakan karir untuk bakat baru di bidang pendidikan, seni, bisnis, psikologi, kedokteran, hiburan, dan lainnya. Keberhasilan *YouTube* adalah cerminan dari apa yang ditawarkan saluran kepada pengguna dan bagaimana pengguna telah memanfaatkannya (Balakrishnan & Griffiths, 2017). IAIN Parepare mendapatkan cerminan keberhasilan dari layanan YouTube. Sejak tanggal 5 Juli 2021 hingga 1 Agustus 2021, TV IAIN Parepare sudah ditonton 2.594 kali.



Gambar 1. Channel YouTube IAIN Parepare

Pada pelaksanaannya, IAIN Parepare membuat tiga program yang sudah berjalan dari tahun 2020, yaitu

- a. Berita Sepekan *Malebbi Kareba* IAIN Parepare;
- b. *Ada' Ada' To Panrita* Corong Moderasi Beragama IAIN Parepare;
- c. Program Bincang Akademia.

Hal itu karena IAIN Parepare memiliki studio mini untuk menunjang *podcast* melalui YouTube. Kontennya dibuat sebagai media bagi sivitas akademika dan memberikan pencerahan kepada masyarakat dengan isu moderasi beragama, dan sebagai sarana menginformasikan IAIN Parepare kepada publik sebagaimana yang disampaikan oleh Suherman Syach, Kepala Sub Bagian KHM IAIN Parepare sebagai berikut:

“Khusus untuk publikasinya kita di YouTube, saya mulai kembangkan ada tiga program yang sementara intens dari tahun lalu berjalan sampai hari ini, ada program kita Berita Sepekan Malebbi Kareba IAIN Parepare, kemudian yang kedua sudah mulai tahun lalu berjalan terus terang di YouTube itu ada program Ada’ Ada’ Topang Berita Corong Moderasi Beragama IAIN Parepare, itu kan kita buat itu sebagai media bagi sivitas akademik memberikan pencerahan kepada masyarakat, konten atau isu moderasi beragama, temanya kita sisipkan isu-isu beragama, jadi yang kami undang itu adalah dosen-dosen sesuai kapabilitasnya untuk menyampaikan tema yang kita maksud itu sudah berjalan, kemudian program ketiga, yang kita garap di YouTube, ada program Bincang Akademia IAIN Parepare, sifatnya lebih informatif, menyampaikan informasi secara spesifik tentang IAIN Parepare sehingga narasumber kita yang melibatkan adalah mereka - mereka yang memiliki kewenangan di setiap unit, misalnya warek, kepala TIPD, ataukah dekan, dan seterusnya, mahasiswa juga kita rancang itu, ini program khususnya kepada masyarakat tentang iainlah, misalnya Kepala TIPD, bicara tentang TIPD, program, perannya, itu orientasinya program. Untuk sementara berjalan itu. Jadi teknisnya itu kita podcast. Karena kebetulan alhamdulillah, tahun ini di Humas sudah ada studio mini”

Media sosial semakin banyak digunakan untuk berkomunikasi, belajar, dan berkolaborasi, dan menjadi kebiasaan kompulsif, atau adiktif (Kuss et al., 2012). Tiga media sosial terpopuler adalah Facebook, Instagram, dan Twitter. IAIN Parepare memanfaatkan media sosial tersebut dalam menyampaikan eksistensinya. Facebook dengan nama akun @iainpare, Twitter dengan nama @iainparepare, dan Instagram dengan nama @iainpareofficial.

*Facebook, Instagram, serta Twitter* adalah sarana bagi Humas dalam menyampaikan informasi kinerja IAIN Parepare. Salah satunya kinerja bidang pengawasan Pada tahun 2019, IAIN mendapatkan peringkat 1 Peraih Penghargaan Pemberitaan Bidang Pengawasan Kementerian Agama. Penghargaan Pemberitaan Bidang Pengawasan tahun 2019 diberikan oleh Inspektorat Jenderal Kementerian Agama Republik Indonesia. Kasubag Kerjasama dan Humas, Suherman Syach, menyampaikan bahwa,

“Pemberitaan bidang pengawasan adalah seluruh kegiatan sivitas kampus yang berdimensi informasi sebagai bentuk pengawasan. Indikatornya adalah frekuensi berita, kualitas konten, konsistensi pemberitaan melalui website internal”.

Divisi Kehumasan juga membangun kerjasama dengan berbagai pihak khususnya dengan media publikasi. Status kerjasama ada yang terikat (perikatan kerjasama) dan kerjasama tidak terikat (lepas). Media yang bekerjasama secara terikat adalah Pijar News ([www.pijarnews.com](http://www.pijarnews.com)) per tahun. Pijarnews adalah portal online yang sudah terverifikasi dewan pers. Kerjasama dengan Pijarnews dilakukan pada tahun 2020 dan 2021. Kerjasama terikat artinya dilakukan kontrak selama dua tahun. Beberapa media siber yang pernah bekerjasama secara tidak terikat adalah Surat Kabar Pare Pos, Rakyat Sulsel, Merpos, Sekilas Indonesia, Tribun, dan Fajar. Setiap ada kegiatan yang ingin diadventorialkan, media-media tersebut baru diadakan kerjasama.

“Hanya satu lembaga pers, yang kita adakan kerjasama terikat. Tetapi kita juga melakukan kerjasama dengan lembaga pers lain meskipun tanpa ikatan kontrak, jadi tetap membangun jalinan silaturahmi dengan pers lain baik di

parepare maupun di luar, baik online, maupun media cetak, jadi setelahnya kalau ada kegiatan yang kita nilai harus dilakukan publikasi secara masif, itu membangun komunikasi lembaga pers”, lanjut Suherman Syach sebagai Kepala Sub Bagian KHM IAIN Parepare.

Demi memperluas informasi terkait kampus, kerjasama dengan media eksternal harus dilakukan. Pada Pijarnews, kehumasan IAIN Parepare membangun kerjasama terikat, yakni kontrak. Berikut dikemukakan oleh Suherman Syach sebagai berikut.

“Tanggung jawab humas men-share apa saja terkait dengan kampus, saya kira semakin banyak lembaga yang kita libatkan maka sebaran informasi akan lebih jauh dan terjangkau, makanya kita juga mengambil kebijakan untuk tetap membangun kemitraan dengan lembaga pers secara eksternal, membangun kerjasama dengan media eksternal, ada dua bentuk kita lakukan yang pertama, bentuknya kerjasama secara terikat ada kontrak, contoh Pijarnews, memang dua tahun berjalan. Pijarnews, kita kontrak per tahun anggaran, setahun berjalan, setelah itu, kita lakukan evaluasi, kalau pimpinan menyetujui kita lanjut, seperti tahun lalu, mulai tahun 2020, selesai Desember, Januari kita evaluasi, pimpinan melanjutkan lagi bekerjasama dengan Pijarnews”.

Dengan demikian, IAIN Parepare tidak hanya memanfaatkan media internal yang dibuatnya, melainkan memanfaatkan media eksternal dalam pelaksanaan kinerja sehingga sebaran informasi bisa lebih luas. Lebih lanjut, IAIN Parepare memberitakan dunia akademik kepada publik di bawah naungan nilai-nilai ajaran Islam dan budaya lokal. Media siber dimanfaatkan sebagai alat komunikasi kehumasan dalam menyampaikan topik Islam, salah satunya terkait moderasi beragama.

Sejalan dengan penelitian terdahulu, media sosial dan perkembangan kebaruan aplikasi adalah hal penting mendukung pelaksanaan kehumasan sebagaimana yang diteliti oleh Rustandi & Gustini (2021) yang menemukan bahwa komunikasi Kehumasan di Politeknik LP3I Bandung diterapkan melalui media sosial dan mengikuti perkembangan kebaruan media sosial, seperti penggunaan Path, Line, dan Tiktok. Sementara IAIN Parepare tidak hanya media sosial melakukan media eksternal juga diterapkan dengan bekerjasama dengan media lokal sehingga pelaksanaan humas semakin mudah dan distribusi berita meluas.

#### 4. Kesimpulan

Media siber sebagai sarana bagi divisi Sub Bagian Kerjasama dan Hubungan Masyarakat IAIN Parepare untuk efektivitas pelaksanaan kinerja. Eksistensi media siber memberikan dampak efektivitas dalam pelaksanaan kinerja kehumasan IAIN Parepare yang memanfaatkan media internal dan media eksternal. Pada media siber internal, IAIN Parepare memanfaatkan jaringan internet atau *website*-nya sendiri dan media sosial, yaitu *YouTube*, *Facebook*, dan *Instagram* sedangkan pada media siber eksternal, IAIN Parepare bekerjasama dengan Pijarnews sebagai lembaga media eksternal yang sudah terverifikasi dewan pers. Kedua media tersebut menjadi sarana komunikasi kehumasan kepada sivitas akademik dan masyarakat. Informasi yang disampaikan adalah seluruh kegiatan yang mampu meningkatkan citra dan reputasi IAIN Parepare dengan menekankan konten berita yang sesuai dengan identitas kelembagaannya sebagai perguruan tinggi berbasis keislaman.

Penelitian ini berimplikasi praktis kepada lembaga pendidikan keislaman terutama PTKI yang sedang berkembang bahwa eksistensi media siber sangat menunjang pelaksanaan kehumasan. Perguruan Tinggi Keislaman selayaknya lebih inovatif dan kreatif dalam menyampaikan sebaran informasinya. Namun, setiap perguruan tinggi memiliki identitas sendiri dalam menjalankan visi dan misi di area pendidikan. Saran praktis kepada IAIN Parepare, pemanfaatan media sosial Facebook, Instagram perlu dilakukan sinkronisasi informasi agar publik bisa menerima informasi yang sama dalam media sosial. Di samping itu, ketiga jenis media sosial yang telah dibuat, bisa dikelola secara aktif agar sebaran informasi semakin meluas dan merata. Maka dari itu, optimalisasi kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia diperlukan di IAIN Parepare.

Penelitian ini tentu hanya berfokus pada satu tingkatan PTKI. Oleh karena itu, penelitian ini menarik ditindak lanjuti dengan melakukan penelitian lanjutan terkait media siber yang menyoroti tingkatan perguruan tinggi keislaman yang terdiri dari Sekolah Tinggi, Institusi, dan Universitas.

### Daftar Pustaka

- Arnold, Stephen J., & Fischer, Eileen. (1994). Hermeneutics and Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 21, 64-74.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364–377.
- Bittner, Jhon R. (1980). *Mass Communication*. Prentice-Hall.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C. & Taylor, T.L., 2012. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2010). Social network sites: Definition, history, and scholarship. In *IEEE Engineering Management Review*, 38 (3).
- Cangara, H. (2002). *Pegantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Castells, M. (2009). *The Rise of Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Cha, J. (2014). Usage of video sharing websites: Drivers and barriers. *Telematics and Informatics*, 31(1), 16–26.
- Chamberlain, D. (2010). YouTube: Online Video and Participatory Culture, by Jean Burgess and Joshua Green. *Popular Communication*, 8(1), 1–2.
- Dakir, Zubaidi, A., & Hasanah, N. S. (2020). Membangun Inklusifitas Beragama Melalui Literasi Digital Di Ma'Had Aly. *Jurnal Islam Nusantara*, 4(2), 258–269.
- Dijk, J. Van. (2006). The Network Society. Social Aspects of New Media. In *SAGE Publication*.
- Effendy, O. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Rosdakarya
- Gill, P., Arlitt, M., Li, Z., & Mahanti, A. (2007). YouTube traffic characterization: A view from the edge. *Proceedings of the ACM SIGCOMM Internet*

- Measurement Conference, IMC*, 15–28.
- Hasfi, N., Luqman, Y., Indrawati, S., & Manalu, S. R. (2014). *Cybermedia*. Universitas Terbuka.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kozinet, Robert V. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kozinets, R. V. (2012). *Marketing Nethnography*. *Methodological Innovation Online*, 27-45.
- Kozinets, R.V. (2015). *Netnography: Redefined*. London: Sage Publication.
- Kuss, D. J., Louws, J., & Wiers, R. W. (2012). Online gaming addiction? Motives predict addictive play behavior in massively multiplayer online role-playing games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(9), 480–485.
- Mulyana, D. 2008. *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori, dan Aplikasi*. Widya Padjajaran.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikas, Budaya, dan Sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rustandi, D., & Gustini, L. K. (2021). Komunikasi Kehumasan Perguruan Tinggi melalui Media Sosial. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 7(1), 71–88.
- Sanjaya, A., Irwansyah, I., & Iunaza, H. (2017). Pemeliharaan Hubungan dan Komunikasi Organisasi via Media Siber. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2).
- Selwyn, N. (2009). Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media and Technology*, 34(2).
- Stark, D., & Castells, M. (1997). The Rise of the Network Society. *Contemporary Sociology*, 26(6).