

**PENGELOLAAN *ELECTRONIC PUBLIC RELATIONS (E-PR)* DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA MELALUI *DIGITAL LEADER MANAGEMENT (STUDI KASUS PADA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG)***

**Masruroh**

**Aditya Chandra Setiawan**

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

[masruroh.20025@mhs.unesa.ac.id](mailto:masruroh.20025@mhs.unesa.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya untuk meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang dilakukan oleh Dekan melalui *Digital Leader Management*. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yakni metode deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, serta dokumentasi. Pada penelitian ini uji keabsahan dilakukan dengan menggunakan metode *member check*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam meningkatkan Citra Lembaga yakni: 1) Optimalisasi pengelolaan Instagram, 2) Pengembangan terhadap konten media sosial, 3) Optimalisasi terhadap pengelolaan sistem pelayanan mahasiswa pada *website* resmi Fakultas. Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yakni meliputi: 1) Mengoptimalkan pengelolaan Instagram dan *website* sebagai sarana untuk publikasi berita, 2) Mengembangkan dan menjaga media yang digunakan untuk melakukan publikasi berita, 3) Memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada publik. Evaluasi dari perencanaan dan pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yakni: 1) Media *website* menunjukkan bahwa kegiatan publikasi berita dan informasi dilakukan dengan cukup baik, 2) Media sosial Instagram mulai aktif melakukan publikasi berita dan jumlah *followers* semakin meningkat, 3) Dokumentasi kegiatan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat dipublikasikan dengan cukup baik meskipun SDM yang dimiliki dirasa masih kurang memadai.

**Kata kunci :** *Electronic Public Relations (E-PR)*, Citra Lembaga, *Digital Leader Management*

**Abstract**

This research discusses the management of *Electronic Public Relations (E-PR)* as an effort to improve the image of the Faculty of Education, Padang State University, carried out by the Dean through *Digital Leader Management*. The type of research used by researchers in this research is a qualitative descriptive method with data collection methods in the form of observation, interviews and documentation. In this research, the validity test was carried out using the *member check* method. The results of this research show that *Electronic Public Relations (E-PR)* planning in improving the Institution's Image is: 1) Optimizing Instagram management, 2) Developing social media content, 3) Optimizing the management of the student service system on the Faculty's official website. Implementation of *Electronic Public Relations (E-PR)* includes: 1) Optimizing the management of Instagram and websites as a means for news publication, 2) Developing and maintaining the media used to publish news, 3) Providing clear and accurate information to the public. Evaluation of the planning and implementation of *Electronic Public Relations (E-PR)*, namely: 1) Website media shows that news and information publication activities are carried out quite well, 2) Instagram social media is starting to actively publish news and the number of followers is increasing, 3) Documentation The activities of the Faculty of Education, Padang State University can be published quite well even though the human resources they have are considered to be inadequate.

**Keywords :** Management, *Electronic Public Relations (E-PR)*, Institutional Image, *Digital Leader Management*

## PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu sarana yang diperuntukkan dalam memaksimalkan Sumber Daya Manusia. Pada era revolusi 4.0 ini, hampir seluruh negara berkompetisi untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya dengan tujuan untuk bersaing di kaca dunia. Dalam sebuah persaingan, Pendidikan mempunyai peranan yang penting sebab Pendidikan dijadikan sebagai patokan untuk membentuk Sumber Daya Manusia yang kompetitif. Pendidikan ialah salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Kholilurrohman, 2022).

Pendidikan ialah kebutuhan mendasar yang diperlukan setiap manusia. Semua orang mempunyai hak memperoleh Pendidikan dengan layak, dimana pernyataan tersebut searah dengan Pembukaan UUD 1945 Pasal 31 Ayat 1 yang menyatakan “Semua warga negara mempunyai hak memperoleh Pendidikan”. Pernyataan tersebut membuat banyak Lembaga Pendidikan yang berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada seluruh warga negaranya. Kompetisi antar Lembaga Pendidikan yang sehat kini menunjukkan peningkatan. Oleh karena itu, Lembaga Pendidikan diharapkan untuk dapat memberikan pelayanan yang esensial bagi peserta didik atau mahasiswa serta khalayak ramai. Pernyataan ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Zulkarnain Nasution bahwasannya “Lembaga Pendidikan kini diharuskan untuk menyajikan pelayanan *professional* pada khalayak ramai”. Pernyataan tersebut dipicu oleh semakin bertambahnya minat serta kebutuhan masyarakat untuk menempuh Pendidikan lebih lanjut. Selaku pengguna Lembaga Pendidikan, masyarakat kini semakin teliti ketika mencari Lembaga Pendidikan. Kondisi semacam ini menjadikan perguruan tinggi

harus terus memperhatikan dan mengembangkan *image* positif yang dimiliki oleh Lembaganya di pandangan publik. Beragam motif persaingan antar Lembaga Pendidikan yang satu dengan Lembaga Pendidikan yang lain menyebabkan inventifitas pemimpin Lembaga dalam meningkatkan Citra Lembaga akan semakin tersampaikan. Namun pada faktanya, tidak semua pemimpin Lembaga memperoleh hasil sesuai dengan apa yang diharapkan dalam melaksanakan strateginya, bahkan masih terdapat yang kurang maksimal yang disebabkan oleh beragam faktor. Salah satu faktor penyebabnya ialah pengimplementasian strategi yang belum maksimal (Lestari, 2021).

Pada era *digital* seperti saat ini, telekomunikasi terus mengalami perkembangan sehingga mengharuskan para pemangku kepentingan dalam dunia Pendidikan untuk senantiasa memanfaatkan perkembangan tersebut. Dalam hal ini, pemimpin Pendidikan diharuskan untuk beradaptasi dalam menggunakan teknologi dan bahan ajar yang berbasis multimedia guna menciptakan pengajaran fungsional berbasis *digital*. Pada era globalisasi seperti saat ini, pemimpin Pendidikan tidak hanya perlu mempunyai pemahaman dan pengetahuan yang menyeluruh mengenai kurikulum, namun juga perlu untuk memahami metodologi serta kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Teknologi telah memberikan perubahan terhadap paradigma telekomunikasi *Public Relations (PR)* yang dulu masih sederhana kini menjadi lebih aktual dengan adanya internet. Sebuah Lembaga atau organisasi yang memanfaatkan internet pasti mengalami perubahan yang sangat pesat di kanca publik karena informasi yang diberikan semakin beragam dan dapat menarik target pasar dengan cakupan lebih

besar. Saat ini, banyak praktisi Humas atau *Public Relations (PR)* yang telah mempertimbangkan untuk menggunakan internet sebagai upaya menjalin interaksi *Public Relations (PR)*. Humas tidak mempunyai preferensi lain sehingga internet dijadikan sebagai salah satu faktor budaya organisasi atau Lembaga. Adanya internet menjadikan setiap individu bisa menjadi penyiar, konsumen, ataupun melakukan publisitas agar dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen (Tim Dosen, 2019).

Tercetusnya dunia *Electronic* pada dunia teknologi dan komunikasi memberikan domain baru terhadap keberlangsungan hidup manusia di era globalisasi seperti saat ini. Ruang telekomunikasi yang dimaksud ialah internet, dimana internet memfasilitasi para penggunaannya untuk dapat menggunakan media sosial tanpa dibatasi dengan ruang dan waktu dalam mencari, menerima, serta memberikan informasi secara luas. Pada kaitannya dengan Humas, media merupakan beragam sarana penghubung yang digunakan oleh pemimpin Lembaga ataupun Humas sebagai perwakilan suatu organisasi atau Lembaga guna menjalin interaksi dengan targetnya, baik secara regional maupun secara eksternal untuk dapat memberikan bantuan kepada organisasi atau Lembaga guna mencapai tujuan yang ditetapkan (Atikah, 2019).

Pemanfaatan media sosial sebagai upaya untuk menciptakan komunikasi dengan publik yang semakin berkembang, mengharuskan hubungan masyarakat dan pemimpin Pendidikan untuk cakap dalam memanfaatkan sosial media guna mendapatkan ketertarikan dan dukungan dari khalayak ramai. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, pemimpin Pendidikan dibantu oleh Humas Pendidikan dapat menggunakan beragam jenis media telekomunikasi berbentuk internet atau

*online* seperti media sosial, buletin, situs web, serta *report*. Bahkan saat ini, sosial media dijadikan sebagai sarana yang paling banyak diaplikasikan, baik oleh perorangan maupun Lembaga atau organisasi (Meirianti, 2017).

*Digital Leadership* merupakan salah satu tuntutan bagi seluruh organisasi terutama organisasi Pendidikan untuk senantiasa bertahan di era *digital* seperti saat ini. *Digital Leadership* merupakan sebuah bekal bagi seorang pemimpin agar dapat memberikan arahan kepada organisasi yang dipimpin untuk bertransformasi kearah *digital*. Transformasi yang dilakukan sering kali disebut sebagai disrupsi, dimana sebuah masa terjadinya inovasi dan perubahan secara besar-besaran dan fundamental yang merubah seluruh sistem dan tatanan yang ada menuju cara yang baru (Andriani, 2021).

Dekan merupakan seorang pemimpin di Fakultas yang mempunyai tanggung jawab untuk memimpin dan mengelola seluruh kegiatan yang terdapat di Fakultas. Sebagai seorang pemimpin, Dekan mempunyai peranan penting dalam membentuk Citra Fakultas yang baik. Dekan dapat membentuk citra Fakultas melalui kepemimpinan yang efektif dan strategi yang tepat. Sebagai seorang pemimpin, Dekan mempunyai beberapa peran yakni sebagai *manager, educator, administrator, leader, innovator*, serta *motivator* di Fakultas. Peran tersebut harus dilaksanakan sebaik mungkin agar tujuan Pendidikan dapat tercapai sesuai dengan yang dikehendaki. Sebagai seorang pemimpin, Dekan juga bertugas untuk mengembangkan dan meningkatkan mutu Fakultas. Selain itu, Dekan sebagai seorang pemimpin Fakultas juga bertugas untuk menjamin kelancaran kegiatan yang terdapat di Fakultas. Dekan bertanggung jawab atas semua anggotanya untuk

menjalankan setiap tugasnya serta bertanggung jawab terkait penyelenggaraan setiap kegiatan Fakultas yang dikelola guna mewujudkan perguruan tinggi yang realistis dalam menggapai tujuan yang merujuk terhadap organisasi pelayanan Pendidikan. Dekan mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempromosikan Fakultasnya. Kehadiran Dekan begitu penting sebagai seorang penggerak bagi sumber daya Fakultas, sehingga dapat terbentuk tim kerja guna menciptakan citra yang baik di kaca publik. Dekan bertugas untuk merumuskan citra positif kepada publik dan diharapkan dari proses yang dilakukan terdapat kesamaan dalam persepsi dan komitmen yang positif sehingga dapat memberikan pengaruh yang berkenaan dengan peningkatan kualitas Pendidikan. Keberhasilan dalam meningkatkan citra melalui kepemimpinan Dekan dengan menerapkan strategi yang tepat dapat meningkatkan citra Fakultas dan mencapai tujuan Pendidikan yang telah ditetapkan. Strategi peningkatan citra melalui kepemimpinan Dekan juga dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dan dosen, serta dapat memberikan dampak positif terhadap keberhasilan akademik mahasiswa (Agfariza, 2023).

Menurut pendapat Hidayat dan Machali, arti citra ialah sebuah pengaruh terhadap perasaan yang berada pada masyarakat mengenai sebuah orang, objek, perusahaan, serta Lembaga. Sedangkan Kotler berpendapat bahwa citra yaitu sepasang ide, keyakinan, serta tindakan seseorang mengenai suatu fenomena yang disebabkan oleh objek terkait. Citra juga seringkali disebut sebagai sebuah resolusi yang berasal dari fenomena yang cukup kuat dan mempunyai reaksi yang cukup selaras dan berkelanjutan. Alifahmi berpendapat bahwasanya citra ialah gambaran mengenai sesuatu yang diperhatikan, antusiasme, serta impresi

setiap orang. Meskipun setiap orang mengamati suatu fenomena yang sama, akan tetapi pemikiran dan tanggapan mereka tentang objek tersebut kemungkinan akan berbeda. Hal seperti ini akan menimbulkan sebuah persepsi yang dapat membangun sebuah citra, yakni citra positif ataupun citra negatif (Muadin & Fannisa Nur Fatimah, 2022).

Citra dalam sebuah Lembaga ialah sebuah hal yang mempunyai nilai lebih bagi Lembaga manapun. Hal tersebut dikarenakan citra adalah tanggapan publik terkait suatu Lembaga. Baik ataupun buruknya citra dalam sebuah Lembaga dibentuk oleh Lembaga itu sendiri. Citra ialah sebuah opini yang muncul sebab adanya persepsi terhadap sebuah kejadian. Opini yang diperoleh dari sebuah informasi yang kurang lengkap dapat membuahkan citra yang kurang atau bahkan tidak sempurna. Citra Lembaga dapat terwujud dengan memberikan pengetahuan kepada publik dengan menyajikan informasi yang mudah untuk dimengerti, dapat dicerna oleh akal, serta dapat dibuktikan kebenarannya. Adanya citra positif bertujuan menjadikan Lembaga agar senantiasa bertahan dan sekelompok orang yang berada di ruang lingkungannya dapat senantiasa meningkatkan produktivitasnya agar dapat menjalin hubungan baik dengan publik. Namun, apabila Citra Lembaga pada kaca publik kurang baik, maka akan nampak adanya ketidakpuasan yang dapat menyebabkan ada skeptis dan publik akan melakukan penarikan diri sehingga hal seperti ini dapat menimbulkan kerugian bagi Lembaga (Mutiarra Cendekia Sandyakala, 2020).

Universitas Negeri Padang adalah salah satu Perguruan Tinggi Negeri berkualitas yang ada di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Universitas Negeri Padang memiliki supremasi yang baik di mata masyarakat sekitar. Sebagai

upaya memperkenalkan Lembaganya, Universitas Negeri Padang menggunakan media sosial secara intens melalui *website* dan Instagram untuk *publish* informasi dan seluruh kegiatan yang dilaksanakan di Perguruan Tinggi tersebut, baik kegiatan akademik maupun non akademik. Tidak hanya itu, setiap Fakultas yang terdapat di Universitas Negeri Padang juga menggunakan media sosial untuk *publish* informasi dan kegiatan yang dilaksanakan di masing-masing Fakultas. Salah satu Fakultas yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk *publish* beragam informasi dan kegiatan yang ada didalamnya ialah Fakultas Ilmu Pendidikan. Media sosial yang digunakan oleh Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dalam melakukan *branding* ialah *website*. *Website* Pendidikan milik Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sudah ada sejak tahun 2017 dan dikelola oleh tenaga kependidikan Fakultas Ilmu Pendidikan sendiri. Namun, meskipun hanya menggunakan media sosial berupa *website*, nyatanya Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang mampu memberikan informasi yang akurat dan *up to date*. Selain itu, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang juga mampu menunjukkan kualitas Lembaganya hanya dengan menggunakan media promosi berupa *website*.

Pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* pada Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang memiliki peranan yang cukup penting dalam membentuk koneksi dan informasi Pendidikan guna menjaga *image* Lembaga. Mengingat bahwa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang adalah salah satu Fakultas yang mempunyai peluang kerja yang cukup menjanjikan di berbagai bidang maupun Lembaga, sehingga mengharuskan pemimpin dan

Humas Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang berkolaborasi untuk menjalankan fungsinya yakni dengan membentuk relasi yang baik dengan *stakeholder* serta menyajikan informasi yang akurat sehingga dapat menumbuhkan citra yang baik untuk Lembaga.

## **METODE**

Pendekatan penelitian yang diterapkan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan analisis materi penelitian berupa deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan berupa studi kasus dengan lokasi penelitian di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data langsung dan sumber data tidak langsung. Sumber data langsung merupakan informan yang berperan penting di Fakultas, serta mempunyai wawasan dan informasi yang relevan dengan penelitian ini. Informan tersebut mencakup Dekan dan pengelola *website*. Sumber data tidak langsung berupa laporan dan publikasi resmi Fakultas, data media sosial, pencatatan media, serta dokumen kebijakan berupa dokumen resmi yang menggambarkan pendekatan Lembaga terhadap *Electronic Public Relation (E-PR)* dan komunikasi. Teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ini.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data yang terdiri atas: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan pengecekan dengan menggunakan teknik triangulasi, *member check*, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

### 1. Perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management*

Sebagai seorang pemimpin Fakultas, Dekan mempunyai peranan yang cukup penting dalam pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya untuk meningkatkan Citra Lembaganya. Dekan sebagai seorang *Digital Leader* dalam upaya meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin memerlukan adanya perencanaan. Perencanaan merupakan salah satu bagian dari fungsi manajemen yang sangat diperlukan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai seorang *Digital Leader* Dekan mempunyai tugas untuk merencanakan program kerja sebagai bentuk usaha yang dilakukan untuk meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin melalui pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)*. Dekan juga menegaskan bahwa kedepannya akan dilakukan pembenahan dan pengembangan terhadap media publikasi berupa *website* resmi Fakultas dengan menambahkan beberapa fitur yang dapat memudahkan mahasiswa dan orang tua dalam hal pelayanan akademik maupun non akademik.

Perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan *Digital Leader Management* dalam meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin salah satunya ialah dengan melakukan optimalisasi terhadap pengelolaan *website* dan media sosial Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. Dalam mengelola *website* dan media sosial diperlukan adanya rencana agar informasi yang disampaikan menjadi logis dan terstruktur.

Dalam menjalankan rencana program kerjanya pada pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)*, Dekan turut

melibatkan setiap pimpinan Departemen yang ada di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dan juga mahasiswa untuk membantu pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* agar menjadi lebih efektif, khususnya pada pengelolaan Instagram. Pengelola *website* juga menyatakan bahwa Dekan akan memberitahukan kepada tiap Kepala Departemen untuk selalu menyampaikan informasi dan berita seputar jurusan kepada pengelola media sosial Fakultas agar dapat disosialisasikan kepada masyarakat.

Dalam meningkatkan Citra Lembaganya, media sosial yang aktif digunakan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sementara ini hanyalah *website*. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil dokumentasi berupa *website* resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang didalamnya memuat beragam informasi seputar Fakultas tersebut.

Hal tersebut didukung dengan pernyataan yang diungkapkan oleh pengelola *website* Fakultas bahwa untuk saat ini yang sudah jalan itu baru *website* dan YouTube yang berisi tentang kegiatan mahasiswa dan beberapa video untuk keperluan dosen dan keperluan akreditasi. Untuk kedepannya mungkin akan dibuat media sosial lain di FIP UNP seperti Instagram, Facebook, atau mungkin juga Tiktok.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai upaya untuk meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management* ialah dengan membuat rencana program kerja *Public Relations* berupa pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur. Program kerja Dekan sebagai upaya untuk meningkatkan

Citra Lembaga yang dipimpin yakni meliputi:

- 1) Optimalisasi pengelolaan media sosial berupa Instagram dengan melakukan publikasi berita dan informasi secara *update*.
- 2) Pengembangan terhadap konten media sosial sehingga dapat mengikuti perkembangan dunia *digital*.
- 3) Optimalisasi terhadap pengelolaan sistem pelayanan mahasiswa di *website* resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Program kerja Dekan lebih ditekankan pada pengelolaan media sosial atau *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai sarana untuk melakukan publikasi dan meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin melalui *Digital Leader Management*. Sasaran dari pengembangan *website* dan media sosial Fakultas adalah mahasiswa dan orang tua agar mereka dapat dengan mudah mengakses informasi yang ada di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. Pengembangan *website* dan pengelolaan media sosial telah direncanakan dengan baik untuk dapat memberikan beragam informasi yang *update* dan akurat mengenai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. Dekan juga memperkuat jalinan kerjasama dengan media massa yang targetnya ialah masyarakat luas dalam melakukan publikasi berita untuk meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

## **2. Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas negeri Padang melalui *Digital Leader Management***

Pelaksanaan merupakan sebuah upaya yang dilakukan dalam mewujudkan program kerja yang telah direncanakan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang. Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya yang dilakukan oleh Dekan untuk meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management* ialah dengan merealisasikan perencanaan terkait pengembangan media sosial Fakultas dan melakukan pemantauan secara berkala mengenai publikasi berita dan informasi melalui *website* resmi Fakultas ataupun media sosial lainnya. Fungsi dari pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* yakni sebagai upaya dalam meningkatkan citra ialah guna menyajikan informasi mengenai kegiatan, perkuliahan, wisuda, beasiswa, serta berita lainnya.

Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya yang dilakukan oleh Dekan dalam meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management* ialah dengan merealisasikan dan melaksanakan pemantauan secara berkala mengenai perencanaan program kerja Dekan sebagai berikut:

- 1) Menyajikan berita seputar kegiatan di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dan informasi kepada masyarakat ataupun mahasiswa mengenai penerimaan mahasiswa baru, beasiswa, dan lain sebagainya di akun Instagram resmi Fakultas.
- 2) Membuat dan mengembangkan konten yang berkualitas (informatif, relevan, dan menarik) berupa infografis dan beragam postingan seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang di akun Instagram resmi Fakultas.

Melakukan pemantauan secara berkala terhadap strategi dan kinerja pengelola *website* dengan melakukan pembaruan dan penyesuaian mengikuti perubahan *trend* dan kebutuhan publik.

## **3. Evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra**

**Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui Digital Leader Management**

Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dalam pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya dalam meningkatkan Citra melalui *Digital Leader Management* ialah dengan melakukan evaluasi secara periodik guna mengcross check apakah berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sudah terealisasi kepada mahasiswa dan masyarakat atau masih belum terealisasi karena adanya kendala yang menyebabkan keterlambatan dalam penyampaianya. Dalam melaksanakan kegiatan evaluasi, Dekan sebagai *Digital Leader* juga melakukan pemantauan terkait perkembangan publikasi berita dan informasi di *website* resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, dimana dalam *website* tersebut terdapat salah satu program yang baru saja di terapkan di Fakultas tersebut.

Evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* mengenai perencanaan dan pelaksanaan program kerjanya yakni meliputi:

- 1) Media *website* menunjukkan bahwa kegiatan publikasi berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dilakukan dengan cukup baik.
- 2) Media sosial Instagram mulai aktif melakukan publikasi berita dan kegiatan seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sehingga jumlah *followers* mengalami peningkatan.
- 3) Dokumentasi kegiatan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat dipublikasikan dengan cukup baik meskipun pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* masih belum terkoordinasi dengan baik.

Pemanfaatan *Electronic Public Relations (E-PR)* menunjukkan dampak

yang baik sehingga tidak ada penilaian yang buruk dari masyarakat.

**Pembahasan**

**1. Perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* oleh Dekan sebagai *Digital Leader* berperan penting dalam membentuk koneksi dan informasi Pendidikan guna menjaga *image* Lembaga. Menurut pendapat (George R. Terry, 2013) fungsi pengelolaan merupakan sebuah upaya yang dilakukan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui usaha yang dilakukan oleh orang lain. George R. Terry juga mengungkapkan bahwa tahap pertama yang perlu dilakukan dalam pengelolaan ialah perencanaan. Perencanaan (*planning*) merupakan sebuah proses pemilihan terhadap fakta dan upaya yang saling berhubungan satu sama lain. Setelah itu, merancang perkiraan mengenai kondisi dan rumusan tindakan yang perlu dilakukan pada masa mendatang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sebagai *Digital Leader* telah melaksanakan perencanaan dengan cukup baik dan sesuai dengan teori perencanaan yakni dengan menginterpretasikan tujuan yang ingin dicapai. *Digital Leadership* merupakan sebuah kemampuan kunci yang harus dimiliki oleh setiap pemimpin dalam menjalankan sebuah perubahan *digital*. Melalui *Digital Leadership*, Dekan dapat membangun visi yang bermakna dan dapat melaksanakan rencana yang mempunyai keterkaitan dengan mekanisme digitalisasi (N. Saputra & Nugroho, 2021).

Dalam proses perencanaan, Dekan membuat program kerja sebagai acuan dalam menjalankan peranannya sebagai

seorang pemimpin. Program kerja Dekan biasanya dirumuskan pada awal tahun ajaran baru. Perumusan program kerja Dekan juga bertujuan untuk membuat perencanaan terkait strategi yang perlu dijalankan dalam upaya meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Hasil temuan dari perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* pada program kerja Dekan yang dibuat sebagai upaya untuk meningkatkan Citra Lembaga melalui pemanfaatan *Digital Leader Management* adalah sebagai berikut:

a. Optimalisasi pengelolaan media sosial berupa Instagram dengan melakukan publikasi berita dan informasi secara *update*.

Dekan sebagai seorang *Digital Leader* memiliki peranan yang cukup penting yakni memastikan bahwa pengelolaan teknologi atau *Electronic Public Relations (E-PR)* dilakukan dengan tepat dan efektif yang bertujuan untuk mencapai citra positif Lembaga yang dipimpin. Dalam menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat, Dekan diharuskan memiliki media *planning* agar informasi dapat tersampaikan dengan baik. Salah satu media yang digunakan oleh Fakultas Ilmu Pendidikan untuk menyampaikan berita dan informasi adalah Instagram. Dekan juga berencana untuk membentuk Promas (Program Kehumasan) yang akan dikelola oleh mahasiswa sehingga nantinya mereka dapat membantu pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang agar menjadi lebih efektif dan efisien.

Dekan sebagai seorang *Digital Leader* mempunyai beberapa bentuk rancangan kegiatan yang dilakukan dalam merencanakan optimalisasi pengelolaan Instagram yakni:

a) Menetapkan tujuan yang jelas terhadap penggunaan Instagram seperti mempromosikan program studi dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan alumni.

b) Menganalisis target atau *audiens* yang dituju seperti calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, orang tua, dan masyarakat umum dengan tujuan untuk menyesuaikan konten dan strategi komunikasi.

c) Membuat konten yang menarik, informatif, dan relevan yang dapat menarik perhatian *audiens* dan mencerminkan identitas serta nilai-nilai Fakultas.

d) Menetapkan jadwal posting yang konsisten untuk menjaga kehadiran dan keterlibatan pengikut, serta menghindari periode tidak aktif yang dapat berpotensi merugikan Citra Fakultas.

e) Memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Stories, IGTV, serta fitur-fitur lainnya untuk meningkatkan keterlibatan dan keberagaman konten.

f) Menjalin kolaborasi dengan *influencer* atau entitas terkait lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas Fakultas di *platform* Instagram.

Adanya perencanaan strategi optimalisasi yang baik membuat Dekan dapat memanfaatkan *platform* tersebut sebagai alat yang efektif untuk membentuk dan memperkuat Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, serta sebagai alat untuk menjalin komunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

b. Pengembangan terhadap konten media sosial sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman.

Pada era globalisasi seperti saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dekan sebagai seorang *Digital Leader* dituntut untuk mampu menyesuaikan perkembangan teknologi yang kini semakin pesat, salah satunya ialah perkembangan pada media sosial. Dalam membuat perencanaan program kerja Dekan diharuskan untuk memastikan targetnya agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Media sosial kini sudah banyak

digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari baik untuk mencari informasi ataupun mengembangkan bisnis yang dimiliki. Oleh karena itu, *branding* melalui media sosial merupakan salah satu hal yang perlu untuk direncanakan dengan sebaik-baiknya agar informasi atau konten terkait Lembaga banyak dicari dan diperhatikan oleh khalayak ramai sehingga dapat mengubah asumsi publik terhadap Lembaga tersebut.

Adapun bentuk beberapa rancangan kegiatan yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam rencana mengembangkan konten media sosial untuk mengikuti perkembangan zaman yaitu:

- a) Melakukan riset terhadap tren dan perkembangan terbaru dalam penggunaan media sosial.
- b) Menyesuaikan jenis dan format konten dengan tren terkini seperti video pendek, infografis, atau konten interaktif yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna media sosial saat ini.
- c) Mendorong kreativitas dalam pembuatan konten dengan memanfaatkan teknologi terbaru untuk memberikan pengalaman yang menarik kepada pengikut.
- d) Memberikan pelatihan kepada tim pengelola media sosial Fakultas dalam menggunakan alat dan teknik terbaru, serta mengembangkan keterampilan dalam produksi konten yang inovatif.

Adanya perencanaan strategi pengembangan konten media sosial yang responsif terhadap perkembangan zaman, membuat Dekan sebagai seorang *Digital Leader* dapat memastikan bahwa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang tetap menjadi Fakultas yang relevan dan menarik bagi masyarakat di era *digital* yang senantiasa mengalami perubahan.

- c. Optimalisasi terhadap pengelolaan sistem pelayanan mahasiswa di *website* resmi Fakultas Ilmu

Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Dalam hal optimalisasi sistem pelayanan mahasiswa, Dekan sebagai *Digital Leader* melakukan pengembangan terhadap *website* resmi Fakultas. Pengembangan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah mahasiswa ataupun orang tua dalam hal pelayanan akademik maupun non akademik. Optimalisasi yang dilakukan oleh Dekan juga bertujuan agar berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat sehingga dapat membentuk Citra positif publik terhadap Lembaga.

Bentuk perencanaan yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam mengoptimalkan sistem pelayanan mahasiswa di *website* resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang meliputi:

- a) Melakukan audit secara menyeluruh terhadap sistem pelayanan mahasiswa yang sudah ada di *website* resmi Fakultas untuk mengidentifikasi kelemahan dan area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.
- b) Menganalisis kebutuhan mahasiswa berdasarkan umpan balik, keluhan, dan permintaan yang sering muncul baik melalui survei, forum diskusi, atau komunikasi secara langsung dengan mahasiswa.
- c) Menyederhanakan proses pelayanan mahasiswa seperti pendaftaran mata kuliah, pembayaran uang kuliah, dan pengajuan dokumen agar menjadi lebih efektif dan efisien.
- d) Mengintegrasikan sistem pelayanan mahasiswa dengan sistem lain yang ada di Fakultas seperti sistem akademik atau sistem informasi mahasiswa untuk memastikan konsistensi dan kelancaran proses membuat konten informatif yang lengkap dan jelas mengenai prosedur, kebijakan, layanan yang tersedia bagi mahasiswa, serta

menyediakan panduan atau tutorial bagi mahasiswa yang membutuhkannya.

- e) Mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan mahasiswa dengan terus memperbarui dan meningkatkan sistem pelayanan mahasiswa sesuai dengan perubahan yang terjadi.
- f) Melakukan uji coba terhadap sistem pelayanan yang baru diimplementasikan sebelum diluncurkan secara resmi, serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja sistem dan umpan balik pengguna untuk dapat dilakukan penyesuaian apabila diperlukan.

## **2. Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management***

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sesuai dengan pendapat (Onggo, 2004) yang mengatakan *Electronic Public Relations (E-PR)* merupakan sebuah gagasan Humas yang memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan publikasi. Penggunaan internet oleh Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat menciptakan suatu *one to one relations* dengan sinkron dan interaktif terhadap target publiknya.

Dekan sebagai pemimpin Fakultas mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempromosikan dan menjaga Citra Positif Lembaganya. Menurut pendapat Susanto (2014), terdapat beberapa peran kepemimpinan dalam Pendidikan yang meliputi:

- a) Berperan sebagai eksekutor, dimana Dekan sebagai pemimpin dituntut untuk mampu membentuk dan menyesuaikan sumber daya yang dimiliki, menyelesaikan beragam permasalahan dengan cepat dan tepat, memantau, serta menjalankan tugas.

- b) Berperan sebagai ahli strategi, yakni Dekan sebagai pemimpin diharuskan untuk mampu mendalami suatu permasalahan secara utuh, membentuk arah jangka panjang, serta menguasai visi dan nilai strategi yang dimiliki oleh organisasi.
- c) Berperan sebagai *Agent of Change*, yakni Dekan sebagai pemimpin diharuskan untuk pandai dalam melakukan identifikasi ide dan peluang bagi organisasi atau Lembaga, menunjukkan, dan mendorong perubahan tersebut.
- d) Berperan sebagai *Corporate*, Dimana Dekan sebagai seorang pemimpin diharuskan untuk dapat berusaha dengan optimal dalam memperhatikan dan melaksanakan urgensi para pemangku kepentingan, menyelaraskan tujuan jangka panjang dengan keuntungan jangka pendek, dan menjamin pengimplementasian tata kelola yang baik dan manajemen resiko (Sinaga et al., 2022).

Pelaksanaan atau implementasi *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan dalam meningkatkan citra melalui *Digital Leader Management* telah dilaksanakan dengan sesuai rencana. Secara garis besar Dekan sebagai *Digital Leader* bertugas untuk memimpin dan mengelola pemanfaatan teknologi secara berkelanjutan, kreatif, inovatif, serta strategis untuk meningkatkan citra positif Lembaga yang dipimpin. Hasil temuan dari pelaksanaan program kerja Dekan dalam pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* melalui *Digital Leader Management* yakni meliputi:

- a. Mengoptimalkan pengelolaan media sosial Instagram dan *website* sebagai sarana untuk menyajikan berita seputar kegiatan di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dan informasi kepada masyarakat ataupun mahasiswa mengenai penerimaan mahasiswa baru, beasiswa, dan lain sebagainya. Bentuk pelaksanaan yang dilakukan

oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam mengoptimalkan media sosial dan *website* Fakultas yakni meliputi:

- a) Memanfaatkan konten multimedia seperti foto dan video untuk menghadirkan berita dan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh pengguna Instagram dan pengunjung *website*.
- b) Menggunakan fitur cerita Instagram (*Instagram Story*) untuk memberikan cuplikan singkat dari kegiatan atau informasi terbaru, serta menyajikan konten yang bersifat sementara atau eksklusif.
- c) Merancang desain yang menarik dan konsisten untuk publikasi di Instagram dan *website* sehingga dapat memperkuat *branding* Fakultas dan meningkatkan daya tarik konten.
- d) Menyediakan tautan atau informasi lebih lanjut di deskripsi postingan Instagram yang mengarah ke halaman *website* yang berisi *detail* informasi mengenai topik yang dibahas.
- e) Menanggapi komentar dan pertanyaan pengguna dengan cepat dan sopan, baik di Instagram maupun di halaman *website* untuk memberikan pengalaman interaktif yang positif kepada pengguna.

Adanya optimalisasi terhadap pengelolaan Instagram dan *website* Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang telah dipaparkan diatas, Fakultas dapat menyajikan berita dan informasi yang relevan, mudah diakses oleh mahasiswa maupun masyarakat, serta dapat meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan pengguna secara keseluruhan.

- b. Mengembangkan dan menjaga media yang digunakan untuk melakukan publikasi seputar kegiatan dan informasi mengenai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Adapun bentuk pelaksanaan yang

dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin dengan mengembangkan dan menjaga sarana yang digunakan untuk melakukan publikasi yakni:

- a) Memastikan bahwa desain dan pesan yang disampaikan melalui media tersebut konsisten dengan *branding* Fakultas, termasuk penggunaan logo, warna, dan gaya grafis yang seragam.
- b) Menghasilkan konten yang berkualitas dan menarik termasuk artikel, foto, video, atau grafik yang memberikan informasi yang bermanfaat dan menarik minat *audiens*.
- c) Membangun interaksi yang aktif dengan pengguna, termasuk merespons komentar, pertanyaan, dan umpan balik, serta mengajak pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi atau kontes.
- d) Melakukan perawatan rutin terhadap media publikasi, termasuk *update* teknis, perbaikan *bug*, dan peningkatan fitur untuk memastikan bahwa media tersebut tetap berfungsi dengan baik dan memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna.

Dengan melaksanakan kegiatan yang telah dijelaskan di atas, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat mengembangkan dan menjaga media publikasi mereka dengan efektif, memastikan bahwa informasi seputar kegiatan di Fakultas dapat disampaikan dengan jelas, tepat waktu, dan menarik minat bagi pengguna.

- c. Memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai seluruh kegiatan yang terdapat di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Adapun bentuk pelaksanaan yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada mahasiswa dan masyarakat mengenai kegiatan dan informasi yang terdapat di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yakni:

- a) Menetapkan standar dan pedoman yang jelas mengenai jenis informasi yang harus disampaikan termasuk detail kegiatan, tanggal, lokasi, serta informasi kontak yang relevan.
- b) Mengumpulkan informasi secara rutin dari berbagai unit dan Departemen di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan seperti seminar, *workshop*, acara akademik, dan kegiatan lainnya.
- c) Mengorganisasikan informasi yang terkumpul dengan baik, baik berdasarkan tanggal, jenis kegiatan, atau kategori lainnya agar mudah diakses dan dimengerti oleh pengguna.
- d) Melakukan koreksi dan pembaruan informasi secara berkala sesuai dengan perkembangan atau perubahan yang terjadi terkait kegiatan yang akan dilaksanakan.
- e) Menanggapi pertanyaan atau permintaan informasi tambahan dari pengguna dengan cepat dan akurat, baik melalui *e-mail*, telepon, atau media sosial untuk memastikan pengguna mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Pelaksanaan kegiatan tersebut dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai seluruh kegiatan yang ada di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, meningkatkan transparansi dan keterlibatan pengguna, serta membangun reputasi yang positif di mata mahasiswa dan masyarakat.

### **3. Evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam Meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management***

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Dekan sebagai seorang pemimpin mempunyai fungsi sebagai pengendali terkait pemeliharaan Fakultas yang sehat, menjadi penengah yang bersifat sosial diantara tugas setiap anggotanya,

membantu anggotanya agar dapat beroperasi dengan efektif, serta membantu untuk memberikan Solusi apabila terdapat permasalahan yang sedang dialami (Aedi, 2015).

Dalam konteks *Digital Leader Management*, Dekan perlu melakukan serangkaian kegiatan manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi untuk menetapkan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan Sumber Daya Manusia ataupun sumber daya lainnya (Mukarom et al., 2015)

Dalam tahap evaluasi, Dekan sebagai *Digital Leader* melakukan pemantauan dan penilaian pada hasil dari program kerja ataupun kegiatan lain yang telah dilaksanakan, efektivitas dari teknik manajemen yang diterapkan, serta komunikasi yang digunakan. Adapun hasil temuan dari evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* pada program kerja Dekan sebagai dalam meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management* yakni sebagai berikut:

- a. Media *website* menunjukkan bahwa kegiatan publikasi berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dilakukan dengan cukup baik.

Dalam mengetahui apakah media *website* dikelola dengan baik, terdapat beberapa kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang meliputi:

- a) Melakukan analisis terhadap statistik *website* termasuk jumlah pengunjung, durasi kunjungan, halaman yang paling banyak dikunjungi, dan asal lalu lintas pengunjung untuk mengevaluasi seberapa banyak informasi yang diakses oleh pengguna.
- b) Mengumpulkan umpan balik dari pengguna *website* melalui formulir, survei, atau komentar untuk mengetahui seberapa jelas, berguna, dan mudah diaksesnya informasi yang disampaikan.

- c) Melakukan tinjauan konten secara rutin untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan relevan, terkini, dan akurat, serta meninjau apakah jenis konten yang disajikan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.
- d) Membandingkan kinerja *website* dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya seperti meningkatkan kesadaran tentang Fakultas, menyediakan informasi yang jelas kepada masyarakat, atau meningkatkan keterlibatan mahasiswa, untuk menilai sejauh mana tujuan tersebut tercapai.
- e) Melakukan evaluasi kualitatif terhadap konten dan desain *website* termasuk kesesuaian dengan *branding* Fakultas, kemudahan navigasi, dan kejelasan informasi yang disajikan.
- f) Membandingkan kinerja *website* Fakultas dengan *website* institusi sejenis atau pesaing, baik dalam hal kualitas konten, tingkat keterlibatan, atau kepuasan pengguna untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang posisi dan potensi perbaikan.

Adanya evaluasi terhadap pengelolaan *website* yang dilakukan oleh Dekan tersebut dapat menunjukkan bahwa kegiatan publikasi berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang telah dilakukan dengan cukup baik, serta dapat digunakan untuk mengidentifikasi area dimana perbaikan atau peningkatan dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan dampak publikasi.

- b. Media sosial Instagram mulai aktif melakukan publikasi berita dan kegiatan seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sehingga jumlah *followers* mengalami peningkatan.

Evaluasi yang dilakukan oleh Dekan untuk mengetahui perkembangan pada sosial media Instagram Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang

yakni:

- a) Menganalisis pertumbuhan jumlah pengikut (*follower*) secara berkala untuk melihat apakah ada peningkatan yang signifikan setelah mulai melakukan publikasi secara aktif.
- b) Memantau tingkat interaksi pengguna dengan konten yang diposting seperti jumlah *like*, komentar, dan berbagi konten, untuk mengetahui seberapa banyak pengikut yang terlibat dengan konten yang disajikan.
- c) Melakukan analisis demografi terhadap pengikut, seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, dan minat, untuk memahami siapa saja yang tertarik dengan konten Fakultas dan memastikan target *audiens* tercapai.
- d) Memantau kinerja *hashtag* yang digunakan dalam konten seperti seberapa sering digunakan oleh pengguna atau seberapa banyak konten yang dihasilkan oleh pengguna lain dengan menggunakan *hashtag* tersebut.
- e) Menganalisis tingkat keterlibatan pengikut dengan cerita Instagram (*Instagram Stories*) dan fitur lainnya, serta membandingkan keterlibatan dengan berbagai jenis konten yang diposting.
- f) Mengumpulkan umpan balik dari pengikut melalui komentar, pesan langsung, atau survei, untuk mengetahui seberapa puas mereka dengan konten yang disajikan dan jika ada saran untuk perbaikan.
- g) Membandingkan kinerja Instagram Fakultas dengan akun media sosial institusi sejenis atau pesaing untuk mendapatkan wawasan tentang posisi relatif dan potensi perbaikan.

Pelaksanaan evaluasi yang dilakukan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat mengidentifikasi keberhasilan dari upaya publikasi berita dan informasi seputar Fakultas dan mengetahui langkah-langkah yang perlu diambil untuk menjaga

pertumbuhan dan keterlibatan pengikut yang positif.

- c. Dokumentasi kegiatan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat dipublikasikan dengan cukup baik meskipun pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* masih belum terkoordinasi dengan baik.

Kegiatan evaluasi dilakukan oleh Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dengan beberapa cara yang meliputi:

- a) Memastikan bahwa materi dokumentasi kegiatan Fakultas seperti foto, video, dan tulisan, tersedia dalam jumlah yang cukup dan berkualitas yang memadai untuk dipublikasikan.
- b) Memastikan bahwa foto dan video yang digunakan memiliki kualitas visual yang baik dengan pencahayaan yang memadai, *framing* yang baik, dan resolusi yang tinggi untuk meningkatkan daya tarik konten.
- c) Berdasarkan hasil evaluasi, melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap strategi dokumentasi dan publikasi kegiatan fakultas untuk meningkatkan kualitas dan dampak konten yang dipublikasikan.

Pelaksanaan evaluasi dokumentasi kegiatan Fakultas oleh Dekan tersebut berfungsi untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan dapat mencerminkan kegiatan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang secara baik dan memberikan nilai tambah kepada pengikut, meskipun pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* masih belum terkoordinasi dengan baik.

- d. Pemanfaatan *Electronic Public Relations (E-PR)* menunjukkan dampak yang baik sehingga tidak ada penilaian yang buruk dari masyarakat.

Adapun bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Dekan untuk mengetahui dampak dari pemanfaatan *Electronic Public Relations (E-PR)* di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang

yakni:

- a) Memantau respons dan liputan media terhadap kegiatan Fakultas yang dipublikasikan melalui *Electronic Public Relations (E-PR)* termasuk artikel berita, liputan televisi, dan laporan media *online* untuk menilai seberapa positif atau negatif tanggapan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.
- b) Menganalisis sentimen dan opini masyarakat yang diungkapkan melalui media sosial, forum *online*, atau komentar di situs berita terkait dengan kegiatan Fakultas yang dipublikasikan melalui *Electronic Public Relations (E-PR)* untuk mengetahui seberapa positif atau negatif persepsi mereka.
- c) Mengumpulkan umpan balik langsung dari masyarakat atau *stakeholder* terkait, baik melalui survei, pertemuan, atau komunikasi langsung, untuk mengevaluasi seberapa efektif informasi yang disampaikan melalui *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam mencapai tujuan komunikasi.

Adanya evaluasi yang dilakukan oleh Dekan terhadap pemanfaatan *Electronic Public Relations (E-PR)* dapat digunakan untuk mengetahui bahwa penggunaan *Electronic Public Relations (E-PR)* di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang memberikan dampak yang positif dan tidak menimbulkan penilaian buruk dari masyarakat, serta dapat memperkuat Citra Fakultas secara keseluruhan.

Kegiatan evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang bertujuan untuk memberikan penilaian dan perbaikan pada program kerja yang selanjutnya. Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Dekan dalam pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai *Digital Leader* ialah dengan melakukan evaluasi secara periodik guna meng*cross check* apakah berita dan informasi seputar

Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sudah tersampaikan dengan tepat sasaran atau belum.

Berdasarkan temuan di lapangan, masih terdapat evaluasi Dekan yang belum sesuai dengan teori evaluasi yakni belum adanya pengukuran hasil secara kuantitas. Selain itu, terdapat beberapa pencapaian seperti pengelolaan media sosial yang semakin baik dan meningkatnya jumlah *followers* Instagram resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah yakni sebagai berikut:

1. Perencanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yakni dengan adanya rencana program kerja yang dibuat oleh Dekan. Adapun beberapa program kerja Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan Citra Lembaga yakni optimalisasi pengelolaan media sosial berupa Instagram dengan melakukan publikasi berita dan informasi secara *update*, pengembangan terhadap konten media sosial sehingga dapat mengikuti perkembangan dunia *digital*, dan optimalisasi terhadap pengelolaan sistem pelayanan mahasiswa di *website* resmi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
2. Pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* sebagai upaya yang dilakukan oleh Dekan meningkatkan Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang melalui *Digital Leader Management* yakni dengan merealisasikan perencanaan terkait pengembangan media sosial

Fakultas. Adapun pelaksanaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan Citra Lembaganya yakni dengan mengoptimalkan pengelolaan media sosial Instagram dan *website* sebagai sarana untuk menyajikan berita seputar kegiatan di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dan informasi kepada masyarakat ataupun mahasiswa mengenai penerimaan mahasiswa baru, beasiswa, dan lain sebagainya, mengembangkan dan menjaga media yang digunakan untuk melakukan publikasi seputar kegiatan dan informasi mengenai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, dan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai seluruh kegiatan yang terdapat di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

3. Evaluasi *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yakni dengan melakukan evaluasi secara periodik guna meng*cross check* apakah berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sudah terealisasikan kepada mahasiswa dan masyarakat atau masih belum terealisasikan karena adanya kendala yang menyebabkan keterlambatan dalam penyampaiannya. Adapun evaluasi yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* dalam meningkatkan Citra Lembaga yakni media *website* menunjukkan bahwa kegiatan publikasi berita dan informasi seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dilakukan dengan cukup baik, media sosial Instagram mulai aktif melakukan publikasi berita dan kegiatan seputar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang sehingga jumlah *followers* mengalami peningkatan, dokumentasi kegiatan Fakultas Ilmu

Pendidikan Universitas Negeri Padang dapat dipublikasikan dengan cukup baik meskipun pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* masih belum terkoordinasi dengan baik, dan pemanfaatan *Electronic Public Relations (E-PR)* menunjukkan dampak yang baik sehingga tidak ada penilaian yang buruk dari masyarakat.

### Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, serta keterbatasan dalam penelitian ini, terdapat empat saran atau rekomendasi yang diberikan.

1. Bagi Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas negeri Padang, diharapkan Dekan dapat menerapkan analisis kasus sukses dari instansi lain yang telah berhasil mengimplementasikan *Digital Leader Management* dan menerapkan *Best Practices* yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan analisis sehingga Dekan dapat mengelola *Electronic Public Relations (E-PR)* secara efektif melalui *Digital Leader Management* serta dapat meningkatkan Citra Fakultas yang dipimpin di mata masyarakat dan menciptakan keterlibatan yang lebih kuat dengan *audiens*.
2. Bagi pengelola *website* Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang, diharapkan dapat mengoptimalkan pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dan berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan Citra Fakultas melalui *Digital Leader Management* dengan melakukan pendekatan yang strategis dan terpadu agar dapat memperkuat hubungan dengan publik dan membangun Citra Positif Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
3. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat turut berperan aktif dalam pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* yang dilakukan oleh Dekan sebagai *Digital Leader* untuk meningkatkan

Citra Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang dengan melakukan pendekatan yang proaktif dan strategis sehingga dapat memperkuat hubungan dengan *audiens* dan membangun reputasi positif bagi Fakultas.

4. Bagi peneliti lain, diharapkan peneliti lain dapat melakukan penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai pengelolaan *Electronic Public Relations (E-PR)* dalam meningkatkan Citra Fakultas melalui *Digital Leader Management* dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga serta kontribusi yang signifikan terhadap praktik *Electronic Public Relations (E-PR)* dan *Digital Management* di instansi Pendidikan, khususnya pada Pendidikan Tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aedi, N. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan* (S. R. Kurnia (ed.)). Gosyen Publishing.
- Agfariza, S. T. (2023). *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Insan Rabbany Kota Tangerang Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aghimien, D., Aigbavboa, C., Oke, A., & Koloko, N. (2018). Digitalisation in construction industry: Construction professionals perspective. *Proceedings of International Structural Engineering and Construction*, 5(2). <https://doi.org/10.14455/isec.res.2018.90>
- Agus, N., & Utari, R. (2017). *Buku Pegangan Kuliah: HUMAS PENDIDIKAN*.
- Andriani, R. D. (2021). STRATEGI PEMIMPIN DALAM DIGITAL LEADERSHIP DI ERA DISRUPSI DIGITAL RINI DEWI ANDRIANI

**Masruroh & Aditya Chandra Setiawan**, *Pengelolaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam Meningkatkan Citra Lembaga melalui Digital Leader Management (Studi Kasus pada Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*

- Mahasiswa Program Doktor MPI FITK UIN SU Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 11(1), 58–72.  
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/alirsyad>
- Andy. (2021). *Peran Public Relations Dalam Penggunaan Media Sosial Untuk Mempertahankan Citra the Best Learning Place for Children Pada Sekolah Yehonala Batam*. Universitas Putera Batam.
- Anggoro, M. L. (2001). *No Title Teori dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (1988). *Pengelolaan Kelas dan Siswa Sebuah Pendekatan Evaluatif* (1st ed.). CV Rajawali.
- Atikah, R. (2019). IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN PT PLN (PERSERO) ACEH. In *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- B. Suryobroto. (2012). *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)* (1st ed.). Rineka Cipta.
- Barlian, E. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabina Press.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2018). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 197–208.  
<https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- Cahyaningsih, E. (2015). *Peran Humas dalam rangka membangun Citra dan mempromosikan SMK PGRI 1 Sentolo Kulon Progo* [Universitas Negeri Yogyakarta].  
<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:EM+Demystified:+An+Expectation-Maximization+Tutorial#0%0Ahttps://www2.ee.washington.edu/techsite/papers/documents/UWEETR-2010-0002.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/srep22311%0Ahttp://www.life.um>
- Cahyarini, F. D. (2021). Implementasi Digital Leadership dalam Pengembangan Kompetensi Digital pada Pelayanan Publik. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 47.  
<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3780>
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (1971). *Effective Public Relations* (Fourth Ed). Englewood Cliffs.
- Daryanto. (1997). *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Apolo Lestari.
- Fathan, Suharto, T., & Salman, A. M. Bin. (2022). Persuasive Public Relation Communication Strategy of Uin Raden Mas Said Surakarta and Uin Saifuddin Zuhri in Social Media for Increasing the Image of Higher Education. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 379–410.  
<https://doi.org/10.22515/albalagh.v7i2.5900>
- Fatih M. (2019). *Implementasi Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah (Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Neger 2 Ponorogo)* Fatih M. (2019). *Implementasi Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah (Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Neger 2 Ponorogo)*. 38–39.  
[http://etheses.iainponorogo.ac.id/7732/1/Cover Skripsi 01.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/7732/1/Cover%20Skripsi%2001.pdf)
- Gasing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations* (1st ed.). Andi Offset.
- George R. Terry. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. PT Bumi Aksara.

- Masruroh & Aditya Chandra Setiawan**, *Pengelolaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam Meningkatkan Citra Lembaga melalui Digital Leader Management (Studi Kasus pada Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*
- GreatNusa. (2023). Digital Leadership: Pengertian, Karakteristik, dan Manfaatnya dalam Era Digital. *Greatnusa.Com*.  
<https://greatnusa.com/artikel/digital-leadership-adalah/>
- Halim, A., & Rofiki, M. (2022). The Transformative Leadership strategy: Efforts to Improve the Positive Image of School. *Jurnal Basicedu*, 6(4).  
<https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Kholilurrohman, M. A. (2022). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEMBANGKAN CITRA MADRASAH DI MTS IHYAUL ULUM DUKUN GRESIK*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Krisnanto, B. (2019). STRATEGI MEDIA RELATIONS PT. POS INDONESIA (PERSERO) SURAKARTA DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN [Institut Agama Islam Negeri Surakarta]. In *Repository.Usd.Ac.Id*.  
<https://repository.unsri.ac.id/12539/>
- Kustadi, S. (2004). *Public Relations Perusahaan : Kajian Program Implementasi*. Nuansa.
- Lestari, P. (2021). *Upaya pimpinan dalam meningkatkan citra madrasah melalui program tahfidz di mi guppi jepara wetan, binangun, cilacap*.
- Maidah, A. (2021). *MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA UIN WALISONGO SEMARANG*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Manullang, M. (1985). *Dasar-Dasar Manajemen*. Ghalia Indonesia.
- Marpaung, N. H. (2022). *PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA DI DINAS PENCEGAHAN DAN PEMADAM KEBAKARAN KOTA MEDAN*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Meirianti, A. R. (2017). EFEKTIVITAS CYBER PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SATPOL PP KOTA SURABAYA Arwinda Rossy Meirianti EFEKTIVITAS CYBER PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SATPOL PP KOTA SURABAYA. *Universitas Airlangga, 1*, 1–16.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, 12*(3).
- Michael, R. (2020). *PERAN PUBLIC RELATIONS PT GOJEK INDONESIA DALAM MEMPERTAHKAN CITRA GO-FOOD* (Issue 051603503125066). Universitas Satya Negara Indonesia.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, F. (2005). *Humas: membangun Citra dengan Komunikasi* (1st ed.). Remaja Rosdakarya.
- Muadin, A., & Fannisa Nur Fatimah. (2022). STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DI SD ISLAMIC CENTER SAMARINDA Akhmad. *Eduthink: Jurnal Pemikiran Islam, 03*(02).
- Mukarom, Zaenal, Laksana, & Wijaya, M. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Pustaka Setia.
- Mulyadi, S., Basuki, H., & Prabowo, H. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method (Perspektif yang Terbaru untuk Ilmu-Ilmu Sosial*,

- Masruroh & Aditya Chandra Setiawan**, *Pengelolaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam Meningkatkan Citra Lembaga melalui Digital Leader Management (Studi Kasus pada Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang Kemanusiaan, dan Budaya)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Mutiara Cendekia Sandyakala. (2020). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Narteh, B., Devine Mawuli, A., & Kingsley, A. (2022). Public Relations Practices: “ A Study Of Selected Private Universities In Ghana .” *International Institute for Science, Technology and Education*, 170–184.
- Nasution, Z. (2010). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Onggo, B. J. (2004). *E-PR (Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online)*. Andi.
- Pasla, B. N. (2024). *Kepemimpinan Digital Menurut Para Ahli dan Contohnya*. Pasla.Jambiprov.Go.Id. <https://pasla.jambiprov.go.id/kepimpinan-digital-menurut-para-ahli-dan-contohnya/>
- Prihatsanti, U., & Hendriani, W. (2018). *Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi*. 26(2), 126–136. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Pujianti, C. D. (2020). Implementasi Cyber Public Relations Dalam Membangun Reputasi PT Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim]. In *Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi*. <http://repository.uin-suska.ac.id/31302/>
- Riadi, M. (2021). *Manajemen Humas (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Tugas dan Ruang Lingkup)*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2021/06/manajemen-humas-pengertian-tujuan.html>
- Ridha, W. (2014). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA EXCELLENT ISLAMIC SCHOOL (EXISS) A BA TA SRENGSENG JAKARTA BARAT*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Robbins, S. P. (1991). *Management*. Prentice-Hall.
- Ruslan, R. (2001). *Manajemen Public Relation; Konsep dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Saputra, M., Poti, J., & Edison. (2019). *Strategi Media Relations Dalam Membentuk Citra Positif Pada Hubungan Masyarakat (Humas) Sekretariat Daerah Pemerintah Kota ....* [http://repositori.umrah.ac.id/id/eprint/138%0Ahttp://repositori.umrah.ac.id/138/1/JURNAL MUHAMAD SAPUTRA %28120563201029%29 FISIP 2019.pdf](http://repositori.umrah.ac.id/id/eprint/138%0Ahttp://repositori.umrah.ac.id/138/1/JURNAL_MUHAMAD_SAPUTRA_%28120563201029%29_FISIP_2019.pdf)
- Saputra, N., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh Digital Leadership dan Digital Collaboration terhadap Digital Skill Semasa COVID-19. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 977. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.977-986.2021>
- Sari, M. P. (2023). *Digital Leadership Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Musrenbang Kota Bandar Lampung)*. 19. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/70201%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/70201>

- Masruroh & Aditya Chandra Setiawan**, *Pengelolaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam Meningkatkan Citra Lembaga melalui Digital Leader Management (Studi Kasus pada Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*
- /2/3. TESIS TANPA BAB PEMBAHASAN.pdf
- Septiyani, D., & Sari, Y. (2021). Cyber Government Public Relations Management in Strengthening the Image of the Information Technology Board and National Communication (Wantiknas). *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences*, 1(2), 105–117. <https://doi.org/10.32509/mirshus.v1i2.21>
- Siagian, S. P. (2012). *Teori Pengembangan Organisasi*. Bumi Aksara.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Nata Karya.
- Sinaga, R. S., Turnip, H., Pardede, R., & Hutagalung, T. L. (2022). Peranan dan Fungsi Kepemimpinan dalam Pendidikan yang Efektif dan Unggul. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humanoria*, 1.
- Stoner, J. A. F. (1982). *Management: Study Guide and Workbook*. Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik* (7th ed.). PT Gramedia Widiasarana.
- Tim Dosen. (2019). *Modul Cyber PR: E-PR (Electronic PR dan Teknologinya)*.
- Tisnawati, E., & Saefullah, K. (2009). *Pengantar Manajemen*. Kencana Perdana Media Group.
- Utami, N. T., Fatikhasari, S., & Azizah, V. (2022). Efektivitas Cyber Public Relations Dalam Pembentukan Citra Organisasi Himakom Universitas Nasional. *Widya Komunika*, 12(2), 95–113.
- Wahab, A. A. (2011). *Anatomi Organisasi dan Kepemimpinan Pendidikan (Telaah terhadap Organisasi Dan Pengelolaan Orrgnisasi Pendidikan)*. Alfabeta, CV.
- Wahjosumidjo. (2007). *Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya*. Rajawali Pers.
- Wati, M. (2022). *Peran Public Relation Dalam Membangun Citra Perusahaan PT.Panca Usaha Palopo Plywood Kab Luwu*. 1–89. <Http://Repository.Iainpare.Ac.Id/4396/1/16.3100.034.Pdf>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology Into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Wibowo, A. (2022). *INOVASI Dan TRANSFORMASI PERUSAHAAN DIGITAL*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widiantari, A. (2022). *Peran Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus Cafe Di Pancor Kabupaten Lombok Timur)*. 1–78. <Http://Etheses.Unmataram.Ac.Id/3362/1/AfriliaWidiantari180301004.Pdf>
- Yunizar Khairunnisa. (2016). *Strategi Public Relations Pt. Telkom Indonesia Tbk Di Makassar Dalam Menjaga Citra Perusahaan* [Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. [Http://Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id/835/1/YUNIZAR\\_KHAIRUNNISA.Pdf](Http://Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id/835/1/YUNIZAR_KHAIRUNNISA.Pdf)
- Zulfa, I. (2017). *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus Di MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus)*. Hal 4-5. <Https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/7624/1/133111029.Pdf>