

Jurnal Ilmiah Komunikasi

MAKNA

Pengaruh *Design* Logo Baru BUMD yang Berbasiskan Kearifan Lokal Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kuantitatif Mengenai Perubahan Logo Baru pada PDAM Kota Bandung)

Aat Ruchiat Nugraha, S.sos., M.si.

Arn@unpad.ac.id/aat.prodihumas@hotmail.com

Representasi India dan Bali (Indonesia) sebagai *Dependent* dalam Film Eat Pray Love

Amida Yusrina

amida@unissula.ac.id

Komunikasi Organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta untuk Meningkatkan Pelayanan

Krisna Mulawarman, M.sn

Yeni Rosilawati, MM

Kontribusi Event Marketing Terhadap Ekuitas Merek Kota Solo

Candra Yudha Satriya

sateworld@gmail.com

Faktor Determinan yang Mempengaruhi *Pre Married Syndrom*

Diyah Ayu L

Diah.l@unissula.ac.id

Persepsi dan Partisipasi Sivitas Akademika pada Pelaksanaan Program Kehumasan dalam Rangka Menciptakan Citra Positif (Study Deskriptif Kualitatif di Universitas Dian Nuswantoro Semarang)

Suhariyanto Dan Agus Triyono

Haryanto12@yahoo.com , Agustriyono7@gmail.com

Emotional Branding Sebagai Strategi Kampanye Politik Tim Sukses Calon Walikota Tegal Pasangan Hj. Siti Masitha Soeparno Dan Drs. HM. Nursholeh, M.Pd

Aditya Fajar Mahardhika

Etika Media dan Keterbatasan Akses Informasi

Ruth Mei Ulina Malau

ruthmeimalau@gmail.com

Diterbitkan oleh :

Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA Semarang

dan

Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)

JIK	Volume 5	Nomor 1	Halaman 1 - 114	Semarang Februari - Juli 2014	ISSN 2087-2461
-----	----------	---------	--------------------	-------------------------------------	-------------------

PERSEPSI DAN PARTISIPASI SIVITAS AKADEMIKA PADA PELAKSANAAN PROGRAM KEHUMASAN DALAM RANGKA MENCIPTAKAN CITRA POSITIF (STUDY DESKRIPTIF KUALITATIF DI UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO SEMARANG)

Oleh

Suhariyanto dan Agus Triyono

haryanto12@yahoo.com , agustrivono7@gmail.com

Program Studi Penyiaran (Broadcasting), Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang

Abstrak

Keberadaan divisi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam sebuah institusi pendidikan sangat memiliki peranan yang sangat penting. Dibeberapa perguruan tinggi divisi ini sangat vital karena menjadi corong bagi masyarakat luas dalam membina hubungan baik dengan para stakeholders. Begitu juga dengan Humas di Universitas Dian Nuswantoro yang telah melakukan berbagai program dalam rangka meningkatkan citra perguruan tinggi. Penelitian ini berorientasi pada persepsi dan partisipasi sivitas akademika yang ada pada Humas Universitas Dian Nuswantoro Semarang untuk menciptakan citra positif. Target khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi dan partisipasi sivitas akademika atas keberadaan Humas, sehingga dapat ditemukan hasil penelitian yang dapat menjadi rekomendasi untuk kemajuan humas dan institusi. Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil signifikan dari temuan yang didapatkan sehingga bisa menjadi referensi atas program-program humas menjadi lebih baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survey di lapangan, dan instrumen penelitian menggunakan daftar pertanyaan untuk wawancara.

Kata Kunci : Persepsi, partisipasi, sivitas akademika, humas, citra positif

Abstract

The existence of division of Public Relations (PR) in a highly educational institution has a very important role. In some universities this division is vital because a mouthpiece for the wider community in fostering good relations with stakeholders. So, the PR at the University of Dian Nuswantoro who has conducted various programs in order to improve the image of the college. This research-oriented academicians of perception and participation that exist in PR Dian Nuswantoro University Semarang to create a positive image. Specific target of this research is to determine how perceptions and participation of academicians of the existence of PR, so that research results can be found that can be a recommendation for public relations and institutional advancement. The long term goal of this study was to determine the significant results of the findings obtained so that could be a reference to the public relations programs for the better. This study used a qualitative

Persepsi dan Partisipasi Sivitas Akademika Pada Pelaksanaan Program Kehumasan Dalam Rangka Menciptakan Citra Positif (Study Deskriptif Kualitatif Di Universitas Dian Nuswantoro Semarang)
Suhariyanto dan Agus Triyono

approach with a survey method in the field, and research instruments using a list of questions for the interview.

Keyword : *Perception, participation, academix society, public relations, positive image*

1. Pendahuluan

Untuk mengembangkan berbagai aspek dalam rangka meningkatkan citra sebuah institusi, Perhimpunan Hubungan Masyarakat atau Perhumas sebagai sebuah organisasi yang menaungi humas-humas swasta termasuk perguruan tinggi ada telah berusaha mengembangkan banyak program-programnya. Program tersebut telah dilaksanakan guna menjangkau berbagai institusi untuk dapat memberikan kontribusi peran Humas dalam mencitrakan yang positif. Program-program tersebut secara garis

besar diantaranya adalah melakukan even, eksternal dan internal relation, media relation. Selain itu juga menjalin hubungan dengan media massa efektif, melakukan even-even kegiatan yang terorganisasi, dan melakukan publikasi dan dokumentasi. Salah hal yang dilakukan adalah melakukan publikasi melalui media cetak dalam bentuk pemberitaan. Pada tahun 2013 hingga awal 2014 Humas Universitas Dian Nuswantoro telah mencatat melakukan komunikasi dengan media dengan massa cetak periode 1 Pebruari 2013- 31 Januari 2014 ;

**FREKUENSI BERITA
 FEBRUARI 2013 - JANUARI 2014**

NO	BULAN		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JUMLAH
1	FEB	FC											0
		BW	4										4
2	MAR	FC	3	1									4
		BW	3	2									5
3	APR	FC	2	1	1								4
		BW	3			1							4
4	MEI	FC		1									1
		BW	3		1	1	1	1	1	1	1		10
5	JUN	FC	3	2	1	1			1				8
		BW	2	4	2	1	3	1				1	14
6	JUL	FC	2	1	1	1							5
		BW	3	2	1	1	1						8
7	AGST	FC	2		1	1						1	5
		BW		2									2
8	SEP	FC	1		2	3							6
		BW	8	5	4	2		2					21
9	OKT	FC	5		6	4							15

Persepsi dan Partisipasi Sivitas Akademika Pada Pelaksanaan Program Kehumasan Dalam Rangka Menciptakan Citra Positif (Study Deskriptif Kualitatif Di Universitas Dian Nuswantoro Semarang)
Suhariyanto dan Agus Triyono

		BW	5	5	1	2	1	4													18	
10	NOV	FC	6	1	3	4																14
		BW	4	10	2																	
11	DES	FC	1		1	2																4
		BW	2	9																		
12	JAN	FC	1																			1
		BW	2	6	3	3																
	FREKU ENSI	FC	26	7	16	16			1													67
		BW	39	45	14	11	6	8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	JUMLA H		65	52	30	26	6	8	2	1	1	1	2									193

Keterangan :

- 1 SUARA MERDEKA
- 2 WAWASAN
- 3 JAWA POS RADAR SMG
- 4 TRIBUN JATENG
- 5 JATENG POS
- 6 BAROMETER
- 7 KEDAULATAN RAKYAT
- 8 REPUBLIKA
- 9 SOLO POS
- 10 KOMPAS

Dalam tiap program pengembangan yang ada, partisipasi aktif dari masing institusi pendidikan tinggi dipandang sangat penting artinya bagi kelancaran pelaksanaan kegiatan dan tercapainya tujuan yang telah diagendakan. Oleh karena itu partisipasi unit-unit yang ada dalam sebuah institusi perguruan tinggi selalu diusahakan untuk dikembangkan sejak awal pelaksanaan program. Selama ini fenomena yang ada di masing-masing unit di Universitas Dian Nuswantoro ditemukan banyak melakukan kegiatan melalui programnya secara parsial. Acapkali kegiatan maupun even kegiatan dilakukan tidak melakukan koordinasi dengan Humas. Ditemukan beberapa data program kegiatan yang

kurang berkoordinasi dan sinergi dengan humas. Diantaranya adalah : Kegiatan Semantik, Konser Nidji, Creanovation Expo, Pameran Inovasi Produk, Gowes, Peringatan HKS dan HAS. Kurangnya koordinasi dan partisipasi dalam setiap kegiatan untuk melibatkan humas, masih sangat minim. Padahal keberadaan humas dipastikan akan ikut serta memberikan informasi baik secara internal maupun masyarakat luas. Eksistensi terhadap berbagai kegiatan tersebut diperlukan publikasi yang terus berlanjut, sehingga citra positif makin terjaga dengan baik. Dan selama ini ditemukan belum maksimal dalam implementasinya. Keberadaan unit-unit yang ada sangat penting perannya , terutama dalam

mempengaruhi, memberi contoh dan menggerakkan keterlibatan seluruh unit guna mendukung keberhasilan program. Terlebih dalam perguruan tinggi, peran rektor, wakil rektor, direktur, dekan, sekretaris dekan, ketua program studi, kepala biro, kepala bagian, dan unit-unit terkait lainnya, sangat menentukan pengaruhnya, bahkan seringkali menjadi tokoh panutan dalam aktifitasnya. Persepsi unit-unit yang ada terhadap kegiatan program yang di dalamnya terdapat unsur kehumasan merupakan landasan utama bagi timbulnya kesediaan untuk terlibat dan berperan aktif dalam setiap kegiatan program kehumasan tersebut.

Proses dan makna persepsi seseorang tidak mudah untuk diungkap secara lengkap dan rinci, lebih-lebih jika seseorang tersebut kurang bersikap terbuka. Banyak hal yang merupakan pengalaman seseorang dapat mempengaruhi makna hasil persepsi terhadap kegiatan hubungan antar manusia. Selain tergantung dari proses interaksinya, persepsi seseorang sangat tergantung pada beberapa faktor yang menyertainya. Diantaranya adalah faktor komunikasi, pengetahuan, sosial, media maupun pendidikan.

Dalam kaitannya dengan program kehumasan sebagai usaha sebuah perguruan tinggi dalam meningkatkan citra positif, melalui hubungan dengan media, maka partisipasi aktif seluruh sivitas akademika yang ada juga akan ditentukan oleh persepsinya terhadap kegiatan kehumasan yang sangat dipengaruhi oleh faktor komunikasi,

informasi, pengetahuan, sosial, media maupun pendidikannya.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Persepsi

Persepsi menurut Jalaludin Rahmat (2007:51) menyatakan bahwa persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sementara Suharman (2005:23) menyatakan "Persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia". Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia yaitu pencatatan indera, pengenalan pola dan perhatian.

2.2 Partisipasi

Partisipasi menurut Siti Irene Astuti (2011 : 61- 63) membedakan partisipasi menjadi 4 jenis yaitu *pertama* partisipasi dalam pengambilan keputusan. Pada partisipasi ini terutama berkaitan dengan penentuan alternatif dengan masyarakat berkaitan dengan gagasan atau ide yang menyangkut kepentingan bersama. Wujud dari partisipasi ini antara lain seperti ikut menyumbangkan gagasan atau pemikiran, kehadiran dalam rapat, diskusi dan tanggapan atau penolakan terhadap program yang

ditawarkan. Partisipasi *kedua* adalah partisipasi dalam pelaksanaan. Dalam partisipasi ini, meliputi penggerakan sumber daya dana, kegiatan administrasi, koordinasi dan penjabaran program. Partisipasi ini merupakan kelanjutan dalam rencana yang telah digagas sebelumnya baik yang berkaitan dengan perencanaan , pelaksanaan maupun tujuan.

Ketiga, adalah partisipasi dalam pengambilan manfaat. Partisipasi ini tidak lepas dari hasil pelaksanaan yang telah dicapai baik yang berkenaan dengan kualitas maupun kuantitas. Dan keempat adalah partisipasi dalam evaluasi. Partisipasi ini berkaitan dengan pelaksanaan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Partisipasi dalam evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui ketercapaian program yang sudah direncanakan sebelumnya.

2.1.3 Citra

Citra merupakan persepsi, kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap sesuatu. Persepsi publik terhadap sebuah Perguruan Tinggi didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang Perguruan Tinggi yang bersangkutan. Karena citra ada di benak masyarakat, maka salah satu hal yang harus dilakukan sebuah Perguruan Tinggi adalah

menjaga agar mayoritas publik mempunyai persepsi yang salah tentang perguruan tingginya, sehingga menimbulkan citra negatif. Citra atau *image* menjadi satu hal yang sangat penting untuk di jual kepada calon konsumen. Seperti yang dikatakan Kotler (1997:208), citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek.

Keyakinan terhadap suatu obyek ini dapat dimiliki oleh seseorang apabila ada transfer pesan yang tepat. Dengan kata lain, cara mengkomunikasikan suatu pesan tentang suatu obyek akan menghasilkan efek yang positif dan menimbulkan citra yang positif dibenak calon konsumen apabila penyampaian pesan itu menggunakan kemasan yang tepat.

Pada tataran ini, pendekatan terhadap khalayak tidak bisa dilakukan melalui pendekatan yang sifatnya *massive*, dibutuhkan satu cara berkomunikasi yang lebih *personal*. Membangun *image* bukan dengan pendekatan *massa*, tetapi dengan pendekatan yang lebih memanusiaikan manusia, menggunakan sentuhan emosi dan memperlakukan setiap manusia sebagai seorang individu yang istimewa. *Public Relations* (PR) melalui fungsi dan karyanya merupakan satu jawaban untuk

kebutuhan ini.

Bahkan dalam bukunya Al Rise mengatakan *'The Rise of PR'* untuk menunjukkan fenomena PR pada saat ini. Satu hal yang masuk nalar karena kehadiran PR sangat dibutuhkan disetiap organisasi dan institusi pada saat ini, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan tinggi, terlebih ketika Otonomi Perguruan Tinggi semakin ketat diterapkan disetiap Perguruan Tinggi. Mau tidak mau, setiap Perguruan Tinggi saling berlomba untuk menunjukkan siapa dirinya supaya tetap *survive* ditengah persaingan yang ada. Situasi seperti ini perlu diwujudkan melalui berbagai strategi komunikasi/sosialisasi/kampanye yang pas agar sasaran yang hendak dicapai mendapatkan dukungan penuh dari pihak-pihak yang berkompeten. Perguruan tinggi dituntut bisa swadaya dan swakelola namun demikian kampus juga masih dibebani dengan label sebagai lembaga pendidikan tinggi yang tidak lepas dari pertimbangan moral, etika dan status. Disinilah implementasi sivitas akademikan melakukan strategi *public relations* perlu ditelaah secara terpadu, sehingga diharapkan peran sivitas akademika di perguruan tinggi swasta ini dapat meningkatkan citra dari perguruan tinggi yang berpengaruh pada *intake* di

perguruan tinggi tersebut.

2.1.4 Public Relations (Humas)

Profesi *public relations* sampai saat ini belum begitu familiar ditengah masyarakat. Kita masih sering menjumpai kerancuan pandangan dan persepsi sehubungan dengan pengertian *public relations*. Dalam pandangan masyarakat selama ini, *public relations* diidentikkan sebagai profesi yang dimiliki seorang wanita, digambarkan sebagai seorang wanita yang cantik, seksi dan biasanya ditugaskan untuk menyambut tamu-tamu yang datang ke suatu perusahaan atau organisasi. Padahal profesi *public relations* sangat berbeda dengan apa yang digambarkan masyarakat selama ini.

Dalam *terminology management*, *Public Relations* dapat digunakan untuk memperlancar proses pengambilan keputusan di berbagai level organisasi (Widodo, Muktiyo, 2002:8) termasuk perguruan tinggi, secara cepat dan benar yang selama ini kerap kali diremehkan.

Danny Grinsworld (dalam Kasali, 1994:7) memberikan gambaran tentang fungsi *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik,

mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik. Berdasarkan diskripsi yang diberikan oleh Danny ini, fungsi *public relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik.

John E. Marston (Kasali 1994:6) mempunyai pandangan yang agak berbeda dengan Danny tentang *public relations*. Menurut John E Marson, *Public Relations* adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen serta para penyalurnya. Dari definisi-definisi di atas kita dapat melihat bahwa di dalam *public relations*, suatu kegiatan selalu mempunyai tujuan menanamkan dan memperoleh pengertian dan kepercayaan dari masyarakat umum, begitu juga dalam suatu institusi seperti sebuah perguruan tinggi. Oleh karena itu urgensi *Public Relations* di perguruan tinggi bukan monopoli PTN saja namun juga bagi PTS-PTS, terutama PTS yang mapan dan sadar akan upaya membangun citra *excellence* bagi produknya maupun institusinya.

Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang

dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek (Kotler, 1997: 208). Keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh setiap orang dalam melihat satu obyek berbeda-beda. Hal ini dipertegas dengan pendapat Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (Soemirat S & Ardianto E, 2003:111) yang mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan. Kesan ini diciptakan secara sengaja dari suatu obyek, orang atau organisasi. Jadi citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi, atau dalam istilah lain disebut *favourable Opinion* (Soleh S & Ardianto. E, 2003:112)

Sebagai suatu lembaga kepercayaan bagi masyarakat maka citra menjadi lebih penting dalam situasi pendidikan dewasa ini. Suatu institusi pendidikan dalam hal ini perguruan tinggi selalu berusaha untuk menjaga citra yang dimiliki agar masyarakat pengguna institusi pendidikan ini tetap memiliki kepercayaan terhadap institusi/perguruan tinggi tersebut.

BAB IV

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang mengarah pada pendeskripsian obyek yang diteliti. Metode di lapangan dengan melakukan survey terhadap obyek yang akan diteliti. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian dasar berusaha mengungkap, menggambarkan dan menjelaskan sebuah fenomena yang ada (Sutopo,2006:135). Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus pada kampus Universitas Dian Nuswantoro. Sementara instrument penelitian menggunakan daftar pertanyaan sebagai bahan wawancara. Teknik Pengumpulan Data dengan menggunakan wawancara mendalam (in-depth interviewing). Wawancara ini bersifat lentur dan terbuka, tidak terstruktur ketat, tidak dalam suasana formal dan bisa dilakukan berulang pada informan yang sama (Sutopo,2006). Pertanyaan yang diajukan bisa semakin terfokus sehingga informasi yang dikumpulkan semakin rinci dan mendalam. Kelonggaran dan kelenturan cara ini akan mampu mengorek kejujuran informan untuk memberikan informasi yang sebenarnya, terutama yang berkaitan dengan perasaan, sikap dan pandangan mereka terhadap program kehumasan. Selain itu juga melakukan langsung dengan cara formal dan informal, untuk mengamati berbagai kegiatan dan peristiwa yang terjadi di lingkungan kampus Udinus. Juga mencatat dokumen dengan mengumpulkan data yang bersumber dari dari dokumen dan arsip yang terdapat kampus Udinus.

BAB V PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Agus Triyono dan Suhariyanto yang berjudul Persepsi dan Partisipasi Sivities Akademika pada Pelaksanaan program Kehumasan dalam rangka menciptakan citra positif (Studi Deskriptif Kualitatif di Universitas Dian Nuswantoro Semarang) yang dilakukan pada Februari – Juli 2014 dan dibiayai oleh Universitas Dian Nuswantoro Semarang kita dapat melihat melalui hasil yang didapatkan selama melakukan penelitian. Dalam melakukan penelitian ini metode yang dilakukan untuk menggali data kualitatif dengan fenomologis yang mengasumsikan dunia social dan reliabilitas sebagai proyeksi kesadaran individu. Realitas yang dianggap sebagai fenomena yang obyektif ada pada sivities akademika Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

Dari hasil data yang dilakukan dengan metoda pengambilan data secara observasi, wawancara mendalam (indepth interview) dan document statistic deskriptif, maka hasil yang diperoleh seperti dideskripsikan di bawah ini.

Persepsi Devisi Humas Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Tidak semua sivities akademika Universitas Dian Nuswantoro memiliki pemahaman yang sama dan tepat akan adanya unit Humas (Hubungan Masyarakat). Sebagian besar sivities yang ada memiliki persepsi bahwa peran humas adalah melakukan publikasi atau memberitakan kegiatan-kegiatan atau even yang dilakukan di kampus. Baik kegiatan yang dilakukan secara lokal, regional maupun nasional.

Pemahaman ini membawa pengaruh terhadap rencana kerja mereka yang dipusatkan pada kegiatan operasionalisasi dan kurang melihat aspek kehumasan. Fenomena ini dapat dilihat dari keberadaan sivitas akademika yang kurang menjalin komunikasi dengan unit hubungan masyarakat. Sivitas akademika dalam hal ini adalah mahasiswa, unit kegiatan mahasiswa, dosen, kepala unit, biro, pejabat structural, dan lainnya.

Dari sivitas akademika yang ada, digunakan sebagai responden untuk melakukan penelitian ini. Responden dimaksud diambil sesuai kebutuhan dengan 40 responden sebagai obyek untuk dilakukan wawancara terkait dengan persepsi humas di Universitas Dian Nuswantoro. Dari sivitas akademika yang ada, memiliki persepsi yang beragam atas keberadaan humas saat ini. Ada yang sebagian mempersiapkan bahwa humas memiliki tugas memberitakan hal-hal yang terkait dengan kegiatan-kegiatan kampus. Namun, ada juga yang mempersepsikan humas sebagai unit pelaksana yang melakukan aktifitas komunikasi dengan Koran. Sivitas akademika yang menyebut humas sebagai unit untuk memberitakan kegiatan kampus ke Koran adalah beberapa pejabat struktural di Fakultas Kesehatan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan beberapa Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM). Sivitas akademika dari Fakultas Ilmu Komputer mempersepsikan humas sebagai unit dalam menjalin komunikasi dengan media massa baik cetak, elektronik

dan media massa lainnya. Disamping itu, menjadi sarana publikasi dengan pihak luar dalam rangka menciptakan citra yang baik di mata masyarakat luas. Sementara itu, sivitas dari Fakultas Ilmu Budaya memiliki persepsi yang berbeda bahwa humas adalah corong sebuah institusi / lembaga dalam melakukan kegiatan atau mempublikasikan pada masyarakat luas. Humas dipersepsikan sebagai sebuah unit yang memiliki peran penting dalam penyelenggaraan roda kehidupan kampus, karena terkait dengan bagaimana melakukan pencitraan pada dunia luar. Dari pemahaman tersebut, sebetulnya humas mempunyai peran yang sangat besar dalam memajukan sebuah perguruan tinggi khususnya swasta, terutama dalam membangun persepsi. Ini dimaksudkan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa perguruan tinggi swasta yang diwakili oleh humas itu berbeda dengan perguruan tinggi swasta lainnya. Hal itu sesuai dengan pendapat Jalaludin Rahmat (2007:51) mengenai persepsi. Ia menyatakan bahwa persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Obyek dalam hal ini adalah humas yang dipersepsikan oleh sivitas akademika Universitas Dian Nuswantoro.

Partisipasi Pada Program Kerja Humas

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang merupakan sivitas akademika Universitas Dian Nuswantoro Semarang dapat ditarik kesimpulan bahwa peran humas dalam hal ini adalah untuk meningkatkan citra perguruan tinggi yang diwakilinya. Selama ini bentuk partisipasi yang dilakukan sivitas akademika dalam mendukung program kerja dan peran humas hanya berjalan biasa-biasa saja sesuai dengan aktifitas yang dilakukan selama ini. Partisipasi yang dilakukan hanya bersifat incidental jika ada even-even yang tergolong besar dan momen-momen khusus seperti kegiatan yang berskala nasional. Ini terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan di sivitas akademika Fakultas Ekonomi Bisnis dan fakultas Kesehatan. Partisipasi dimaksud dengan melakukan koordinasi dengan tim humas universitas dalam even dan mengikutkan staf humas untuk ikut terlibat didalamnya dari perencanaan hingga pelaksanaan sebuah acara. Namun demikian, partisipasi baru pada sebatas momen-momen tertentu saja. Padahal, sebenarnya kegiatan maupun even-even kecilpun bisa dikomunikasikan untuk dipublikasikan dengan pihak luar, minimal bisa dilakukan di media internal seperti website yang selama ini ada. Kegiatan-kegiatan yang ada tersebut merupakan salah satu bentuk partisipasi dalam membentuk citra positif universitas pada masyarakat luas. Partisipasi lain diwujudkan dari biro kemahasiswaan yang selalu aktif melakukan komunikasi dengan

humas. Terutama terkait dengan agenda kegiatan biro kemahasiswaan yang menghasilkan prestasi-prestasi untuk dipublikasikan melalui media, khususnya media cetak. Prestasi berasal dari berbagai unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang terdiri dari 17 UKM. Biro ini tergolong paling aktif dalam melakukan komunikasi dengan humas atas kegiatan yang dilakukannya.

Keterlibatan devisi ini sesuai dengan pendapat Siti Irene Astuti (2011:61-63) yang mengatakan bahwa partisipasi berkaitan dengan penentuan alternative melalui gagasan, ide yang menyangkut kepentingan bersama.

Namun demikian masih ada beberapa sivitas akademika yang kurang mengerti dan memahami peran humas selama ini. Program-program humas selama ini belum tersosialisasi dengan baik, sehingga partisipasi dimaksud belum dapat dilakukan dengan optimal bahkan ada yang belum tahu sama sekali atas peran humas di mata sivitas akademika. Selama ini mereka belum mengetahui program humas seperti apa dan koordinasi maupun komunikasi belum terjalin dengan baik. Oleh karena perlu dilakukan langkah-langkah konkrit dalam melakukan partisipasi pada program kerja humas sehingga mampu berkontribusi pada pelaksanaan kinerja humas dalam rangka meningkatkan citra positif dan citra yang membawa perubahan atas program-program yang dilakukan

dengan memberi peran sivitas akademika melalui kegiatan yang dilakukan setiap periodenya.

Penciptaan Citra Positif Pada Kampus

Hal-hal yang dilakukan sivitas akademika dalam meningkatkan citra positif universitas pada pihak luar memiliki porsi yang berbeda-beda. Proses pembentukan citra ini pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat dan tanggapan maupun perilaku terhadap humas universitas. Tindakan seorang sivitas akademika dalam rangka penciptaan citra kampus dikelompokkan menjadi 3 bagian.

Kelompok pertama merupakan sivitas akademika yang memiliki program komunikasi langsung dengan pihak luar dalam melakukan komunikasi intensif dan terprogram dengan baik melalui sekolah-sekolah tingkat SMA/SMK sederajat, baik di kota Semarang maupun di luar kota Semarang. Bagian ini adalah biro admisi koordinatori Andi Halang L melakukan program penerimaan mahasiswa baru, safari ke sekolah-sekolah, berkoordinasi dengan guru-guru terutama guru Bimbingan Karir (BK), menjalin komunikasi dengan dinas-dinas terkait seperti Dinas Pendidikan Kota, Propinsi, dan kota-kota sekitarnya. Biro ini juga melakukan sosialisasi dengan media radio di Jawa Tengah, publikasi

melalui spanduk di titik-titik strategis di jalan protokol di kota Semarang dan Jawa Tengah. Biro ini berada dalam naungan wakil rektor bidang II administrasi dan umum, dan sering melakukan komunikasi dengan humas.

Kelompok kedua adalah sivitas akademika yang berada dalam lingkungan rektorat. Kelompok ini memiliki peranan sangat strategis dalam melakukan penciptaan terhadap kampus. Berbagai kebijakan mayoritas berada di dalam kelompok ini dalam menentukan strategi dan peluang dalam berkontribusi melakukan penciptaan citra positif dimata public. Penciptaan citra diwujudkan dalam banyak hal dan program yang dilakukan. Diantaranya melalui pendekatan media massa khususnya media luar dalam bentuk baliho yang merupakan milik universitas di jalan pandangan dan pertigaan jalan sisingamangaraja. Media ini merupakan media yang sangat efektif dalam menciptakan citra positif pada masyarakat yang melakukan akses melalui jalan tersebut. Materi dan isi dari baliho itu sendiri selalu update dan bervariasi sesuai dengan dinamika yang ada di kampus seperti prestasi-prestasi terbaru yang diraih, kerjasama dengan pihak luar dan konten yang lainnya. Kelompok ini juga melakukan kerjasama dengan pihak-pihak luar, kampus-kampus ternama di dalam negeri seperti Institut Teknologi Bandung, Institut Teknologi Surabaya, Universitas Indonesia,

Universitas Negeri Surakarta. Sementara di luar negeri menjalin kerjasama dengan universitas ternama di beberapa Negara seperti Malaysia, China, Thailand, Jepang dll.

Kelompok ini merupakan kelompok yang sangat dominan dalam melakukan penciptaan citra positif pada public. Kelompok ini juga sering melakukan komunikasi dengan humas dalam rangka publikasi ke media massa.

Kelompok ketiga adalah kelompok incidental. Kelompok ini merupakan kelompok yang melakukan penciptaan citra positif kampus melalui kegiatan yang memiliki prestasi dalam bidang-bidang tertentu. Kelompok ini berasal dari berbagai sivitas akademika yang selalu dinamis. Bisa berasal dari lingkungan mahasiswa, karyawan administratif hingga dosen. Mahasiswa yang memiliki prestasi tertentu seperti meraih juara tingkat local, regional, nasional bahkan internasional masuk dalam kategori ini. Sebagai contoh mahasiswa yang menciptakan software game matematikan dan memperoleh juara dalam sebuah kompetisi. Mahasiswa yang berprestasi menjadi duta google tingkat nasional. Mahasiswa berprestasi meraih juara favorit dalam program wideshow metrotv. Mahasiswa berprestasi memperoleh hibah program kreatif mahasiswa. Mahasiswa berprestasi menemukan alat penggiling padi, menemukan alat untuk energy listrik dari tanah liat

dan beragam prestasi lainnya. Karyawan berprestasi tingkat kopertis 6, dosen berprestasi dalam bidang penelitian, dan sebagainya. Kelompok ini di kategorikan sebagai kelompok incidental yang memberi kontribusi dalam menciptakan citra positif kampus melalui karya dan prestasinya. Mereka kemudian dikomunikasikan oleh humas untuk dipublikasikan ke media massa baik cetak maupun elektronik. Publikasi tersebut akan memberi sumbangsih yang sangat besar dalam rangka penciptaan citra positif dimata masyarakat luas.

Ketatnya kompetisi saat ini, citra positif tentang perguruan tinggi khususnya swasta menjadi satu hal yang sangat penting untuk dibangun di tengah kalangan masyarakat melalui sivitas akademika yang dimilikinya.

Seperti yang dikatakan oleh Al Rise dalam bukunya *'The Rise of PR'* untuk menunjukkan fenomena PR (humas) pada saat ini (*Rise Al & Ries Laura, 2003:7*) Satu hal yang masuk nalar karena kehadiran humas sangat dibutuhkan disetiap organisasi dan insitusi pada saat ini, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan tinggi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Persepsi yang baik akan peran humas di Universitas Dian Nusawantoro dari semua sivitas akademika dan

stakeholders yang ada sangat diharapkan untuk menguatkan sinergi yang kuat dalam ikut serta mendorong kemajuan kampus melalui humas.

Partisipasi menjadi hal yang penting dalam rangka mendukung kinerja humas. Karena humas tidak bisa bekerja sendiri, tetapi membutuhkan dukungan dan partisipasi dari sivitas dan stakeholders yang terlibat.

Membangun citra positif yang baik bagi sebuah kampus seperti Universitas Dian Nuswantoro tidak dapat dilakukan dengan instan. Oleh karenanya dibutuhkan sinergi dan program-program berkelanjutan yang dilakukan bersama untuk mencapai citra positif yang diharapkan.

6.2 SARAN

1. Humas sangat penting keberadaannya untuk meningkatkan dan membangun citra positif yang baik. Oleh karena itu persepsi, partisipasi dan penciptaan goodwill dari semua sivitas akademika menjadi hal yang sangat penting dalam mendukung kinerja humas Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
2. Untuk meningkatkan kinerja dan hasil yang optimal di bagian humas perlu adanya koordinasi dan komunikasi yang tinggi dan kreatifitas tinggi dengan masing-masing sivitas yang ada.
3. Diperlukan penambahan SDM bagian humas yang mampu memiliki kompetensi masing-masing unit seperti unit Website,

Pemberitaan, even, Publikasi, networking dll.

4. Humas / public relations seyogyanya memiliki biro tersendiri yang bertanggungjawab langsung pada pimpinan perguruan tinggi/rektor. Hal itu sesuai dengan peran dan fungsi yang diembannya seperti yang telah dilakukan perguruan tinggi lainnya, sehingga diharapkan mampu memberikan masukan dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan kampus yang berujung pada citra kampus yang semakin baik.

6.3 Ucapan Terima kasih

1. Penghargaan dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Universitas Dian Nuswantoro Semarang, melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dalam membiayai penelitian ini.
2. Dan semua pihak yang turut serta dalam membantu proses penelitian ini berjalan baik dan lancar

DAFTAR PUSTAKA

- Rahmat, Jalaluddin, 2007. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Suharman .2005. *Psikologi kognitif*, Surabaya. Srikandi
- Astuti, Siti Irene, 2011. *Desentralisasi dan Partisipasi dalam pendidikan*. Yogyakarta. UNY

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- _____. 2004. *Marketing Management (10th edition)*, terj. Benjamin Molan, Jakarta: PT. Indeks.
- Widodo Muktiyo. 2002. "PR Perguruan Tinggi" – *Berita Kagama*, No. 14 XXVI / April
- Kasali, Rhenald. 1997. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Soleh Soemirat & Elvinardo Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ries Al & Ries Laura. 2003. *The Fall of Advertising & The Rise of PR*, Jakarta: PT. Gramedia
- Rosady Ruslan. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sutopo, HB. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.