

KOM DAN REALITAS SOSIAL

JURNAL ILMU KOMUNIKASI

Terbit dua kali setahun, setiap bulan April dan Oktober.

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Bandar Lampung

ISSN: 2087-2070

Penanggung Jawab

Rektor Universitas Bandar Lampung

Ketua Penyunting

Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si

Wakil Ketua Penyunting

Dr. Wawan Hernawan , M.Pd

Penyunting Pelaksana

Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si

Dr. Wawan Hernawan , M.Pd

Noning Verawati, MA

Penyunting Ahli (Mitra Bestari)

Dr. Abdul Firman Assegaf, M.Si

(Universitas Lampung)

Drs. Sarwoko M.Si

(Universitas Lampung)

Dr. Udung M. Rasyid, M.Si

(Universitas Mercu Buana)

Dr. Farid Hamid M.Si

(Universitas Mercu Buana)

Dr. Mahyuzar M.Si

(Universitas Iskandar Muda)

Dr. Emrus, M.Si

(Universitas Pelita Harapan)

Pelaksana Tata Usaha

Masleha

Ririn Jamiah

Alamat Redaksi

Gedung Rektorat UBL Lt.6. Universitas Bandar Lampung, JL. ZA. Pagar Alam No.26,
Labuhan Ratu, Bandar Lampung. Telp (0721)771331. Web: www.ubl.ac.id

DAFTAR ISI

Judul

Strategi Pencitraan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung

Oleh: Wawan Hernawan

1-11

Pergeseran Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Bisnis *Online* (Studi Kasus Pada Akun @Schonehazzle)

Oleh: Noning Verawati

12-25

Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pekon Tugupapak Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus

Oleh: M. Fikri Akbar

26-40

Dinamika Komunikasi Organisasi Forum Joglo (Studi Kasus Terhadap Dinamika Komunikasi Internal dan Eksternal Organisasi Forum Joglo Kotagede Yogyakarta)

Oleh: Choirul Fajri

41-52

Terorisme Di Media Baru Indonesia (Analisis Framing Pemberitaan Terorisme Di Portal Berita Republika.co.id dan Kompas.com Tahun 2005-2013)

Oleh: Romika Junaidi

53-64

Peran Public Relations Dalam Konstruksi Citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah Di Yogyakarta (Studi Kasus Peran Public Relations Dalam Konstruksi Citra Internasional Di Universitas Ahmad Dahlan)

Oleh: Novi Rahma Ilmiati

65-81

| | | | | | |
|-----|--------|-------|-----------|----------------------------|----------------|
| JIK | Vol.12 | No.12 | Hlm. 1-81 | Bandar Lampung, April 2016 | ISSN 2087-2070 |
|-----|--------|-------|-----------|----------------------------|----------------|

PENGANTAR REDAKSI

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, Jurnal Ilmu Komunikasi Kom Dan Realitas Sosial Volume 12, Nomor 12, April 2016 telah terbit. Dalam nomor ini kami berusaha menampilkan hasil penelitian di bidang Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh berbagai dosen serta civitas akademik ilmu komunikasi dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Pertama melalui tulisan Wawan Hernawan tentang tema bahwa pembentukan citra yang baik pada perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Salah satu upaya dalam membangun keharmonisan hubungan antara perusahaan dan masyarakat dapat diusahakan dengan melaksanakan program-program *corporate social responsibility*. Artikel kedua ditulis oleh Noning Verawati dan Kristin Oktaviani yang memberikan sajian keilmuan mengenai media baru. Mengusung tema tentang pergeseran pemanfaatan Instagram sebagai media bisnis online dan mencoba mengetahui faktor-faktor yang mendukung fenomena pergeseran pemanfaatan tersebut. Tulisan selanjutnya mencoba untuk memaparkan mengenai peran komunikasi organisasi dalam sebuah organisasi pemberdayaan masyarakat. Tulisan ini ditulis oleh M Fikri Akbar. Masih dalam satu tema yang sama mengenai komunikasi organisasi artikel berikutnya ditulis oleh Choitul Fajri. Artikel ini mencoba menggambarkan mengenai dinamika komunikasi yang terjadi baik secara internal dan eksternal dalam suatu organisasi. Romika Junaidi dengan artikelnya berjudul Terorisme Di Media Baru Indonesia (Analisis Framing Pemberitaan Terorisme Di Portal Berita Republika.co.id dan Kompas.com Tahun 2005-2013) mencoba melihat konfigurasi pembedaan berita dengan landasan pisau analisis dari Robert Entman. Terakhir jurnal ini ditutup oleh artikel yang ditulis oleh Novi Rahma Ilmiati tentang peran *public relations* dalam konstruksi citra pada perguruan tinggi.

***PUBLIC RELATIONS* DALAM KONSTRUKSI CITRA PERGURUAN TINGGI
MUHAMMADIYAH DI YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Peran Public Relations Dalam Konstruksi Citra Internasional Di Universitas
Ahmad Dahlan)

NOVI RAHMA ILMIATI

Alumnus Pascasarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

ABSTRAK

Universitas Ahmad Dahlan (UAD) merupakan salah satu universitas yang berusaha meningkatkan mutunya dengan membangun perguruan tinggi berkelas internasional. Keunggulan dan peningkatan kualitas untuk bersaing dengan dunia internasional tersebut nantinya dapat membentuk citra internasional. Penelitian ini membahas tentang peran *public relations* dalam membangun dan menopang upaya internasionalisasi dalam rangka konstruksi citra internasional. Penelitian ini mencari tahu peran *public relations* dalam membangun citra internasional di perguruan tinggi. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak UAD. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran *public relations* dalam konstruksi citra internasional di UAD melakukan tiga peran yaitu peran *expert prescriber*, *communication facilitator*, dan *communication technician*. Dari ketiga peran tersebut *public relations* UAD cenderung melakukan peran *communication technician* atau peran dalam tataran teknis. Secara lingkup yang lebih luas pelaksanaan peran *public relations* UAD hanya berada sebagai pendukung proses internasionalisasi melalui publikasi, bukan sebagai pengelolaan citra internasional UAD.

Kata Kunci: peran *public relations*, citra internasional, citra universitas

**PUBLIC RELATIONS DALAM KONSTRUKSI CITRA PERGURUAN TINGGI
MUHAMMADIYAH DI YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Peran Public Relations Dalam Konstruksi Citra Internasional Di
Universitas Ahmad Dahlan)

NOVI RAHMA ILMIATI

Alumnus Pascasarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

ABSTRAK

Universitas Ahmad Dahlan (UAD) merupakan salah satu universitas yang berusaha meningkatkan mutunya dengan membangun perguruan tinggi berkelas internasional. Keunggulan dan peningkatan kualitas untuk bersaing dengan dunia internasional tersebut nantinya dapat membentuk citra internasional. Penelitian ini membahas tentang peran *public relations* dalam membangun dan menopang upaya internasionalisasi dalam rangka konstruksi citra internasional. Penelitian ini mencari tahu peran *public relations* dalam membangun citra internasional di perguruan tinggi. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak UAD. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran *public relations* dalam konstruksi citra internasional di UAD melakukan tiga peran yaitu peran *expert prescriber*, *communication facilitator*, dan *communication technician*. Dari ketiga peran tersebut *public relations* UAD cenderung melakukan peran *communication technician* atau peran dalam tataran teknis. Secara lingkup yang lebih luas pelaksanaan peran *public relations* UAD hanya berada sebagai pendukung proses internasionalisasi melalui publikasi, bukan sebagai pengelolaan citra internasional UAD.

Kata Kunci: peran *public relations*, citra internasional, citra universitas

PENDAHULUAN

Indonesia telah menjadi bagian dari organisasi perdagangan dunia, WTO, serta kesepakatan dengan negara-negara Asean pada tahun 2015 untuk membuka pasar bebas yang dikenal dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Hal tersebut juga membawa dampak pada perkembangan institusi pendidikan di Indonesia. Salah satunya adalah pada tingkat persaingan antar institusi pendidikan baik level lokal maupun nasional tetapi juga dengan institusi pendidikan tingkat internasional. Hal ini mendorong institusi pendidikan lokal dan nasional untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat bersaing dengan institusi pendidikan tingkat internasional. Diharapkan dari peningkatan kualitas yang dilakukan oleh institusi pendidikan dapat melahirkan terciptanya kualitas World Class University (WCU) atau universitas berkelas dunia.

Menghadapi persaingan tersebut UAD sebagai perguruan tinggi swasta yang bernaung di bawah payung Muhammadiyah dan bergerak di bidang pendidikan, berupaya untuk menjadi universitas yang mendunia. Seperti tertuang dalam visinya yaitu “Untuk menjadi perguruan tinggi yang berkelas internasional sesuai dengan kaidah Islam”. Banyak upaya yang telah dilakukan dalam menunjang visi yang dicapai yaitu dengan membuka kantor perwakilan di Tiongkok (Yuliansih, 2013). Hal ini didasari dengan jumlah mahasiswa Tiongkok yang mendominasi jumlah mahasiswa di UAD dan setiap tahun selalu mengalami peningkatan. Selain itu pembukaan kantor perwakilan UAD di Tiongkok ditujukan untuk meningkatkan kerjasama dan memberikan layanan yang lebih pada mahasiswa di Tiongkok secara lebih menyeluruh dan menyebar. Menurut Kepala Kantor Urusan Universitas, Imam Azhari, Rektor UAD mulai menyadari pentingnya kehadiran *public relations* dan membentuk citra institusi. UAD mengusung citra dengan tema “Bring UAD to The World and World to UAD” dan memberikan tugas pokok *public relations* sebagai pengelola citra yang terdapat dalam SK Rektor tahun 2009.

Public relations menurut Institute of Public Relations (IPR) didefinisikan sebagai keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik sebagai pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya (Mustamin, 2004:41). Definisi tersebut menjelaskan bahwa *public relations* sebuah proses yang terus-menerus dilakukan oleh suatu organisasi dengan tujuan yang ditentukan. Salah satunya adalah menciptakan

kesan yang baik pada khalayaknya yang merupakan salah satu bentuk pengertian antara organisasi dan publiknya sehingga pada hakikatnya kegiatan *public relations* dilakukan untuk menciptakan citra positif kepada publik dan mendapat *feedback* yang baik serta sesuai dengan yang diharapkan oleh suatu organisasi tersebut.

Menurut Soemirat dan Ardianto (2002:111-112) citra adalah kesan, perasaan, dan gambaran diri publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi. Citra banyak yang diciptakan sehingga publik digiring untuk memandang suatu organisasi menjadi seperti apa yang diinginkan organisasi tersebut. Bahkan terkadang hanya menciptakan kesan yang sebenarnya tidak ada. Seperti yang dikemukakan Grunig (1993:125) dalam Wan and Schell (2007:2), bahwa *public relations* hanya sebagai “*image maker*” yang menggunakan simbol atau pesan untuk menciptakan citra tertentu yang sebenarnya tidak ada. Ditambahkan pula oleh Wan dan Schell, bahwa Grunig, Cutlip, dan Bernays (2007:26) berpendapat bahwa citra merupakan suatu yang ilusi dan manipulatif dibandingkan dengan menciptakan untuk ikatan hubungan perilaku yang krusial. Kedua pandangan mengenai citra tersebut disimpulkan dan ditengahi oleh Putra (2009:2-3) yang menilai, citra memiliki dua kecenderungan pengertian yang saling bertentangan, yaitu manipulatif dan humanis. Citra sebagai alat manipulatif sama seperti yang disampaikan Soemirat dan Ardianto serta Grunig dkk. bahwa citra merupakan kesan yang diciptakan agar segala sesuatu pada suatu organisasi tampak baik dan positif meskipun pada kenyataannya belum tentu seperti itu. Citra sebagai pandangan humanis adalah tercipta dengan sendirinya. Organisasi hanya melakukan apa yang memang seharusnya mereka lakukan dengan baik dan sungguh-sungguh untuk kepentingan bersama. Meskipun tidak secara gamblang tetapi pendapat Bernstein dkk termasuk dalam citra humanis karena mereka tidak memaksakan diri kepada publiknya agar dipandang seperti apa. Meskipun demikian, tetap ada usaha untuk menciptakan kesan yang baik kepada publiknya. Usaha yang dilakukan dengan membentuk identitas diri dan komunikasi dua arah atau mereka sebut dengan “*dual process*” untuk menciptakan kesan yang baik tersebut dengan publik, baik dari perusahaan ke publik maupun sebaliknya. Karena di dalam citra manipulatif hanya terjadi komunikasi satu arah yaitu dari organisasi ke publiknya. Lebih lagi *dual process* tersebut lebih ditekankan pada pengelolaan hubungan yang nantinya dapat berdampak positif kepada perusahaan. Namun seluruhnya tetap

diserahkan kepada publik, karena pada akhirnya publiklah yang akan menilai bagaimana organisasi tersebut berjalan dan dipandang baik ataukah buruk.

Internasionalisasi dalam perguruan tinggi disebutkan oleh Li Lanqing (2006) menggambarkan bahwa *world class university* adalah universitas yang mempunyai reputasi akademik yang mapan dan didukung sumber daya akademik yang kaya. Menurut Li Lanqing (2006) untuk menjadi *world class university* harus memiliki karakteristik, meliputi:

- a. Mempunyai tim dosen dan pakar di bidangnya masing-masing yang diakui dunia;
- b. Kemampuan perguruan tinggi menghasilkan lulusan yang berkualitas dalam memasuki pasar kerja;
- c. Menjunjung tinggi kebebasan akademik dan mendorong inovasi teoritis;
- d. Adanya sejumlah program studi andalan dan mempunyai spektrum lengkap;
- e. Lebih berkonsentrasi pada program pascasarjana, khususnya program doctor;
- f. Sebagai tempat terciptanya pengetahuan baru sehingga merupakan sumber pemikiran, gagasan, teori dan teknologi baru;
- g. Memiliki warisan budaya; dan
- h. Mempunyai kontribusi dalam pembangunan sosioekonomi bagi negara /dan kawasan sekitarnya (Setiawati, 2012:7).

Setiap instansi mempunyai karakteristik *public relations* yang berbeda. Begitu pula *public relations* di perguruan tinggi. Terdapat enam karakteristik tugas *public relations* professional di perguruan tinggi yaitu meliputi (Widyaningsih, 2004:151):

- a. Mampu membangun dan memelihara citra positif perguruan tinggi.
- b. Mampu membangun opini publik yang *favourable*
- c. Mampu memberi masukan untuk penyusunan kebijakan perguruan tinggi yang berbasis komunikasi
- d. Mampu mengemas dan menyalurkan informasi secara cepat dan akurat
- e. Mampu menjembatani kepentingan perguruan tinggi dengan stakeholder internal dan eksternal
- f. Mampu menangani krisis reputasi di perguruan tinggi

Menurut Dozier dalam Putra (1999:14), peran *public relations* dalam organisasi merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi. Di samping itu, juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi humas (*public relations*) dan pencapaian profesional dalam Humas. Peran *public relations* itu sendiri dibagi ke dalam empat katagori sebagai berikut:

a. *Expert Prescriber*

Sebagai seorang *expert prescriber*, praktisi *public relations* dipahami sebagai ahli oleh pihak manajemen dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi organisasi dengan pengalaman dan ketrampilan komunikasi yang dimiliki untuk menemukan solusi bagi penyelesaian masalah *public relations* yang dihadapi sebuah organisasi.

b. *Problem Solving Process Facilitator*

Dalam peran ini, praktisi *public relations* merupakan bagian dari tim manajemen yang bekerjasama dengan bagian lain membantu organisasi dan para pemimpinnya melalui proses penyelesaian masalah secara rasional.

c. *Communication Facilitator*

Sebagai *communication facilitator*, praktisi *public relations* membantu manajemen dengan menciptakan kesempatan-kesempatan untuk mendengar apa kata publik dan menciptakan peluang agar publik mendengar apa yang diharapkan manajemen.

d. *Communication Technician*

Sebagai *communication technician*, praktisi *public relations* hanya melakukan pekerjaan yang bersifat teknis atau sering juga disebut sebagai “*journalist in residence*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Selanjutnya penelitian ini secara mendalam membahas mengenai peran *public relations* yang dijalankan UAD untuk menopang upaya internasionalisasi dalam rangka konstruksi citra internasional. Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat agar dapat memberikan gambaran yang signifikan mengenai peran *public relations* dalam

konstruksi citra internasional UAD dan membentuk khasanah pengetahuan mengenai peran *public relations* perguruan tinggi Muhammadiyah di Yogyakarta.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Citra bagi UAD

Tugas utama *public relations* UAD menurut SK Rektor tahun 2009 sebagai pengelola citra tetapi hal itu dipahami dengan pelaksanaannya hanya pada publikasi. Menurut *public relations* UAD, mengungkapkan bahwa publisitas sangat penting dan berkaitan erat dengan pengelolaan citra. Sehingga Rektor UAD menganggarkan dana yang cukup besar untuk hal tersebut dan sudah dicanangkan beberapa program terkait pengelolaan citra melalui media. Hal yang diharapkan oleh Rektor adalah semakin banyak berita mengenai UAD, dinilai bahwa citra universitas akan semakin baik. Terkait internasionalisasi, jumlah publikasi yang ada masih jauh dari target hingga saat ini belum mencapai 20 jurnal yang menembus ke ranah jurnal internasional, sehingga target yang berjumlah 10 jurnal pertahun masih belum dianggap berhasil (Laporan tahunan Rektor UAD). Meskipun demikian apa yang telah dilakukan *public relations* dalam upaya publikasinya telah membantu menaikkan jumlah mahasiswa asing di UAD.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Asing UAD

| No | Tahun | Jumlah Mahasiswa |
|----|-------|------------------|
| 1. | 2010 | 44 |
| 2. | 2011 | 75 |
| 3. | 2012 | 99 |
| 4. | 2013 | 123 |
| 5. | 2014 | 174 |

Tahun 2014 terdiri atas:

- a. China : 151 Mahasiswa
- b. Thailand : 9 Mahasiswa
- c. Malaysia : 9 Mahasiswa
- d. Darmasiswa : 7 (Ukraina, Vietnam, Thailand, Rumania)
- e. Mesir : 1 Mahasiswa

2. Peran *Public Relations* UAD

Peran *public relations* UAD dalam menopang upaya internasionalisasi untuk membangun citra internasional hanya sebatas pada level teknis. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel temuan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Temuan Kegiatan dan Peran di UAD

| NO | TEMUAN | PELAKSANA | KATAGORI |
|-----|--|-------------------------|--|
| 1. | Konsultan kegiatan internasional | KUI | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 2. | Audit program kerja internal <i>public relations</i> melalui rapat evaluasi setiap bulan | <i>Public Relations</i> | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 3. | Audit keseluruhan program kerja internal <i>public relations</i> | BPM | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 4. | Membuat kebijakan komunikasi berupa MOU | KUI | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 5. | Merencanakan dan merekomendasi tindakan berupa pembentukan SK Rektor | KUI/ Rapat Koordinasi | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 6. | Identifikasi masalah dan solusi mengenai kerjasama luar negeri (MOU) | KUI/Rapat Koordinasi | <i>Expert</i> <i>Prescriber</i> |
| 7. | Meningkatkan kualitas SDM agar bertaraf internasional | KUI | <i>Problem Solving</i> <i>Fasilitator</i> |
| 8. | Mempercepat pembentukan kebijakan pimpinan terkait kegiatan internasional | KUI | <i>Problem Solving</i> <i>Fasilitator</i> |
| 9. | Fasilitator proses pemecahan masalah internasionalisasi | KUI/ Rapat Koordinasi | <i>Problem Solving</i> <i>Fasilitator</i> |
| 10. | Fasilitator proses pemecahan masalah universitas secara umum | <i>Public Relations</i> | <i>Problem Solving</i> <i>Fasilitator</i> |
| 11. | Fasilitator proses pemecahan masalah internasionalisasi | BPM | <i>Problem Solving</i> <i>Fasilitator</i> |

| | | | |
|-----|--|-----------------------------|---------------------------------------|
| | melalui kotak komplain | | |
| 12. | Audit komunikasi | BPM | <i>Communications Fasilitator</i> |
| 13. | Memfasilitasi komunikasi dua arah melalui rapat koordinasi, website, dan sosial media | KUI/ Koordinasi Rapat | <i>Communications Fasilitator</i> |
| 14. | Monitoring program penulisan jurnal dan artikel oleh dosen serta kegiatan jumpa pers dan forum penulis UAD | <i>Public Relations</i> | <i>Communications Fasilitator</i> |
| 15. | Monitor KKN internasional | KUI/LPPM | <i>Communications Fasilitator</i> |

Tabel 2 Lanjutan

| | | | |
|-----|---|------------------------------------|---------------------------------------|
| 16. | Monitoring program internasional seperti <i>student exchange, joint degree, lecture exchange</i> , dll. | KUI | <i>Communications Fasilitator</i> |
| 17. | Menulis materi <i>public relations</i> seperti press rilis, artikel website, dan majalah internal juga di media massa | <i>Public Relations</i> | <i>Communication Technician</i> |
| 18. | Publikasi melalui media massa | <i>Public Relations</i> | <i>Communication Technician</i> |
| 19. | Produksi brosur dan pamflet | BAA/KUI | <i>Communication Technician</i> |
| 20. | Hubungan dengan media | <i>Public Relations</i> | <i>Communication Technician</i> |
| 21. | Mengelola majalah internal dan website | <i>Public Relations</i> /BISKOM | <i>Communication Technician</i> |
| 22. | Kegiatan internasional tahunan UAD | KUI | <i>Communication Technician</i> |

| | | | |
|-----|--|-------------------------|---------------------------------|
| 23. | Pengelolaan kegiatan periodik universitas dan tahunan seperti Wisuda, Milad UAD, Hari Kemerdekaan Indonesia, dan P2K (OSPEK) | <i>Public Relations</i> | <i>Communication Technician</i> |
| 24. | Refreshing reporter internal UAD | <i>Public Relations</i> | <i>Communication Technician</i> |

Tabel 3. Temuan Kegiatan dan Peran *Public Relations* dalam Konstruksi Citra Internasionalisasi di UAD

| NO | TEMUAN | KATAGORI |
|-----------|--|-----------------------------------|
| 1. | Audit program kerja internal <i>public relations</i> | <i>Expert Prescriber</i> |
| 2. | Monitoring program penulisan jurnal dan artikel oleh dosen serta kegiatan jumpa pers dan forum penulis UAD | <i>Communications Facilitator</i> |
| 3. | Menulis materi <i>public relations</i> seperti press rilis, artikel website dan majalah internal juga di media massa | <i>Communication Technician</i> |
| 4. | Publikasi melalui media massa | <i>Communication Technician</i> |
| 5. | Hubungan dengan media | <i>Communication Technician</i> |
| 6. | Mengelola majalah internal dan website | <i>Communication Technician</i> |

Sebagai *Expert Prescriber*, *Problem Solving Process Facilitator*, *Communication Facilitator* atau level peran dan tugas manajerial lebih banyak dilakukan oleh KUI dan berperan dan diberikan kesempatan lebih banyak oleh Rektor.

Sedangkan sebagai *Communication Technician*, *public relations* UAD lebih banyak diberikan tugas pada level ini, terutama publikasi ke media. Karena anggapan rektor tentang pengelolaan citra adalah terkait berita di media. Meskipun pimpinan menganggap *public relations* sangat penting dan dengan menyediakan anggaran dana yang besar untuk menunjang aktifitasnya. Akan tetapi pada kenyataannya pimpinan masih menempatkan *public relations* sebagai sebatas publikasi dan hubungan dengan media. Sehingga tataran peran *public relations* terkait konstruksi citra internasional hanya pada level teknik komunikasi atau *communication technician*. Dalam struktur organisasi, *public relations* justru diletakkan pada posisi yang cukup rendah. *Public relations* berada di bawah Kantor Universitas yang merupakan salah satu biro di UAD. Dengan kata lain *public relations* berada pada tiga tingkat di bawah rektor, setelah wakil rektor dan kepala biro. Hal tersebut tentu membuat informasi yang dikelola *public relations* UAD menjadi terbatas. Meskipun awalnya keberadaan *public relations* dianggap penting oleh rektor, akan tetapi penempatan *public relations* tersebut dalam struktur organisasi masih dapat dikatakan kurang begitu penting bagi organisasi.

UAD saat ini berusaha meningkatkan kinerja *public relations* dengan melakukan pembentukan biro baru untuk mengsinergiskan kegiatan komunikasi menjadi lebih baik dari sebelumnya yang bernama Biro Pencitraan. Biro pencitraan dibentuk sebenarnya untuk mengurus hal-hal yang bersifat eksternal terutama media, sedang biro bagian internal dikelola oleh Biro Administrasi. Biro pencitraan sesuai namanya mempunyai tugas pokok mengelola media bagaimanapun cara yang digunakan agar UAD selalu terlihat baik di mata publiknya. Namun pada kenyataan kedua bidang tersebut pada dasarnya sama saja. Namanya berbeda tetapi tugas yang diberikan tetaplah sama. Sayangnya yang terjadi tugas *public relations* hanya sebagai pengelola citra yang dideskripsikan oleh pimpinan untuk publikasi, lebih disayangkan lagi *public relations* hanya bertugas untuk memuat berita di berbagai media dan menghitung berapa banyak media yang dimuat di media. Selain itu juga menghitung berapa banyak artikel yang ditulis oleh dosen ataupun yang mencantumkan pendapat dari dosen di UAD. Semakin banyak artikel ataupun berita terkait UAD atau oleh dosen-dosen UAD, diungkapkan bahwa citra UAD dinilai secara subjektif dikatakan baik.

Tugas-tugas *public relations* yang terkait dengan citra yakni media. Hal tersebut didasari oleh pandangan rektor bahwa citra yang baik berarti banyak berita yang muncul

di media. Oleh karena itu, segala sesuatu yang berhubungan dengan media dipastikan harus melalui atau dikelola oleh *public relations*. Sedangkan seluruh hal terkait kegiatan internasional dikelola oleh KUI dari pembentukan kebijakan hingga evaluasi. Sedangkan publikasi kegiatan internasional diserahkan kepada *public relations*. Hal itulah yang disebutkan sebagai tugas utama *public relations* yakni mengelola citra. Namun, dengan ketidaktepatan posisi *public relations* beserta tugas dan persepsi rektor, bukan berarti kegiatan pengelolaan citra yang ada di UAD tidak berjalan lancar. Citra internasional diungkapkan terus mengalami kenaikan, hal itu ditunjukkan dari beberapa indikator yang berupa jumlah mahasiswa asing yang berada di UAD dan kerja sama berupa MOU dengan mitra luar negeri meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu juga tidak ada komplain dari pihak *public relations* UAD terhadap tugas-tugas yang diberikan oleh rektor yang selama ini dilaksanakan dalam keseharian kegiatan kehumasan. Sehingga menimbulkan suatu dilematis, ketika peran *public relations* yang ada di UAD masih jauh dari tepat dan ideal. Akan tetapi pada kenyataannya kegiatan yang ada di UAD tidak menimbulkan masalah yang dapat menghambat tujuan UAD dalam rangka menjadi universitas berkelas internasional.

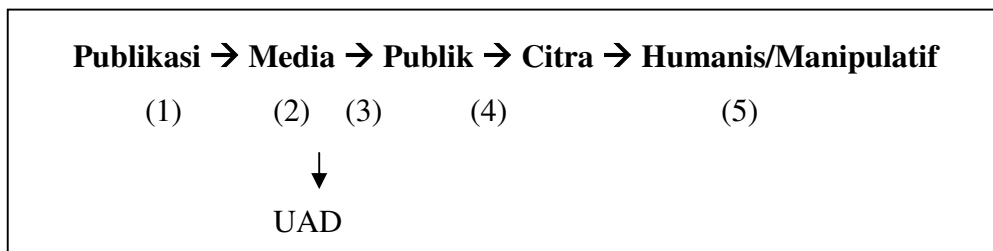
Seperti diungkapkan dalam peran *public relations* UAD dalam konstruksi citra internasional dapat terlihat jelas bahwa *public relations* UAD menjalankan usaha dan upaya membentuk UAD sebagai universitas yang mempunyai citra internasional. Citra internasional yang sedang ditumbuhkan di UAD bukanlah hal yang sederhana. Mulai dari persepsi pimpinan hingga diterima publik, merupakan proses yang panjang dan pelik. Citra internasional dibentuk oleh pimpinan bersama KUI. Hal yang banyak dilakukan selain melakukan banyak kerjasama dengan mitra UAD di luar negeri, yaitu melakukan publikasi kegiatan-kegiatan yang terkait internasional yang ada di UAD. Hal ini dimaksudkan agar publik dapat diterima informasi mengenai internasionalisasi yang ada di UAD.

Publikasi kegiatan internasional dilakukan oleh *public relations* berupa artikel di media massa dan publikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh humas internal KUI baik melalui facebook maupun twitter KUI, berbagai kegiatan yang dilakukan di UAD secara cepat di bagikan ke akun KUI. Berita tersebut ditautkan ke website KUI UAD. Publikasi terus-menerus ini diharapkan akan menimbulkan citra yang baik terutama UAD dapat mempunyai pencitraan universitas internasional. Publikasi untuk

membentuk citra internasional di UAD di media tentu saja dilakukan untuk menarik mahasiswa sebanyak mungkin. Menurut data laporan tahunan rektor UAD tahun 2011 lebih banyak publikasi yang berupa *lecturer notes*, sedangkan jurnal internasional cukup sedikit. Terlebih artikel-artikel dosen yang selama ini dipublikasikan masih pada media-media lokal Yogyakarta. Melihat hal ini citra internasional UAD dapat dikatakan hanya menggunakan istilah ‘internasional’ untuk mendongkrak dan meningkatkan minat calon mahasiswa lokal untuk kuliah di UAD.

Namun, di sisi lain citra internasional dibentuk untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik dosen dan mahasiswa untuk dapat bersaing dengan dunia internasional, meskipun harus melakukan hal-hal yang lebih lagi, sekaligus untuk menarik mahasiswa asing untuk belajar di UAD. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah mahasiswa asing dari tahun. jumlah mahasiswa asing menjadi salah satu indikator UAD menjadi universitas berkelas internasional. Seperti data KUI pada tahun 2010 terdapat hanya 44 mahasiswa asing dan tahun 2014 lalu sudah mencapai 174 mahasiswa asing. Peningkatan mahasiswa asing ini disampaikan Ida Puspita, Kepala KUI, merupakan hasil dari peningkatan kerjasama sehingga lebih banyak membuka peluang kepada mahasiswa asing mengenyam pendidikan di UAD, begitu sebaliknya mahasiswa UAD bisa berkuliah di luar negeri tergantung dari MOU yang disepakati oleh UAD dan universitas mitra luar negeri (Wawancara, 3 September 2014). Dapat disimpulkan bahwa citra internasional tersebut dibentuk untuk menarik minat mahasiswa asing sekaligus mahasiswa lokal. Meskipun peningkatan jumlah mahasiswa asing ini tidak terkait dengan banyaknya UAD diliput oleh media. Karena media yang memuat UAD belum pada taraf internasional.

Berikut di bawah ini digambarkan proses pembentukan citra yang belum rampung dikelola oleh UAD (Lihat alur dibawah ini) :



Gambar 1. Alur proses pembentukan citra

Pembentukan dan pengelolaan citra di UAD masih pada tahap publikasi di media. Dari gambar di atas dapat dilihat terdapat beberapa proses lagi untuk dapat mengetahui citra UAD lebih cenderung ke citra humanis ataupun manipulatif. Hal ini disebabkan masih belum adanya survei mengenai respon publik terhadap informasi yang dipublikasikan ke media. Baik itu KUI, Kantor universitas dan bahkan *public relations* UAD menyatakan hingga saat ini belum pernah melakukan survei apapun untuk mengetahui respon publik, baik publik internal maupun eksternal. Dengan mengetahui respon publik, tentu dapat diketahui bagaimana publik memandang UAD setelah diterpa banyak informasi terkait citra internasional tersebut. Setelah mengetahui respon publik tentu dapat terlihat bagaimana publik memandang UAD, apakah sesuai dengan yang diharapkan atau malah sebaliknya. Setelah itu perlu kroscek kembali ke UAD apakah citra yang ada di publik benar-benar ada dan terjadi di UAD tersebut. jika benar maka bisa dikatakan citra UAD lebih cenderung menjadi citra humanis, sebaliknya jika tidak benar, maka citra UAD lebih cenderung menjadi citra manipulatif.

Peran *public relations* dalam konstruksi citra internasional di UAD bukan pengelola atau pembentuk citra internasional. Akan tetapi sebagai pendukung internasionalisasi yang diharapkan akan membentuk UAD sebagai universitas bertaraf internasional. Bentuk dukungan terbesar berupa publikasi ke media, meskipun publikasi terkait penopang konstruksi citra internasional masih belum tuntas dilakukan. Dari hal-hal yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa upaya dilakukan oleh pimpinan dan citra internasional lebih banyak dilakukan oleh pimpinan bersama KUI. Sehingga dari peran-peran *public relations* yang telah dijabarkan di temuan penelitian apa yang dilakukan *public relations* selama ini tidak menjalankan upaya pembentukan citra. Hal yang dilakukan *public relations* hanya mendukung kegiatan atau proses internasional yang selama ini hampir seluruhnya dilakukan oleh KUI. Segala kegiatan yang telah dilakukan

KUI dan didukung oleh *public relations* melalui publikasi tersebut dapat dikatakan sebagai upaya menuju internasional. Di harapkan akan membentuk citra internasional yang dipandang oleh publik eksternal. Kemudian UAD dapat dikenal sebagai Universitas berkelas internasional.

Tugas utama *public relations* sebagai pengelola citra bisa dikatakan keliru jika berdasarkan apa yang dilakukan *public relations* UAD selama ini. Karena pengelolaan citra terutama citra internasional secara keseluruhan justru dilakukan oleh KUI. Sedangkan *public relations* UAD hanya sebagai pendukung bidang publikasi ke media. Hal ini kembali lagi terjadi karena pandangan atau prespektif rektor mengenai citra. Citra artikan sebagai publikasi di media. Sehingga *public relations* ditugaskan untuk mengelola citra yang berarti menurut rektor UAD adalah menangani publikasi di media. Oleh karena itu, pandangan atau pengertian terhadap istilah-istilah tersebut harus diluruskan. Sehingga di kemudian hari dapat menemukan tugas-tugas yang sesuai dengan apa yang ditugaskan dan dilaksanakan.

KESIMPULAN

Dari temuan dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum peran *public relations* UAD dalam menopang upaya konstruksi citra internasional telah menjalankan tiga peran saja yang dijalankan yaitu *Expert Prescriber*, *Communication Facilitator*, dan *Communication Technician*. Peran-peran yang telah dilakukan, *public relations* di UAD didominasi dengan kegiatan-kegiatan pada peran *communication technician*. Oleh karena itu perannya masih dalam tataran teknis. Secara khusus, peran *public relations* yang dijalani untuk menopang upaya internasionalisasi dalam rangka konstruksi citra internasional didominasi dengan publikasi. Publikasi berupa kegiatan mengundang wartawan atau mengirimkan berita mengenai seluruh kegiatan yang diadakan oleh KUI agar semakin banyak berita UAD muncul di berbagai media. Meskipun publikasi yang dilakukan masih dalam tataran permukaan. Pelaksana utama dan yang melakukan tugas-tugas kehumasan justru dilakukan KUI dengan atau tanpa disadari.

Peran *public relations* tersebut terkait dengan citra di UAD yang anggap sangat penting. Namun, definisi citra menurut rektor sebatas publikasi di media. Dengan indikator semakin banyak berita mengenai UAD semakin baik citra UAD. Citra

internasional UAD bertujuan untuk menarik mahasiswa asing karena salah satu indikator universitas berkelas internasional UAD berupa jumlah mahasiswa asing yang masuk ke UAD. Hanya saja berdasarkan publikasi ilmiah yang ditulis oleh dosen-dosen UAD masih jauh dari target sebanyak 10 publikasi internasional setiap tahunnya. Sehingga citra internasional yang dilaksanakan UAD sekaligus untuk menarik mahasiswa lokal dengan menunjukkan kerja sama yang akan memberikan peluang mahasiswa lokal untuk mendapatkan beasiswa berkuliah di universitas mitra UAD yang ada di luar negeri.

Peran *public relations* yang tidak ideal bukan berarti penghalang untuk mencapai tujuan. Akan tetapi hal tersebut terjadi berdasarkan pemahaman istilah yang berbeda dari Rektor UAD dengan teori yang ada, sehingga pelaksanaan peran *public relations* dapat berdasarkan dari situasi, kondisi dan persepsi yang berbeda tetapi menghasilkan tujuan yang sama seperti peran yang ideal. Dari seluruh faktor yang menjadi peran *public relations* di UAD, faktor utama adalah pendefinisian rektor UAD mengenai *public relations* dan tugas-tugas yang harus dijalankan. Ketimpangan antara tugas yang tertulis di SK dengan pelaksanaan yang diperintahkan Rektor sangat berbeda jauh.

DAFTAR PUSTAKA

- Grunig, James E. 1993. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mustamin, Ana. 2004. *Bias Pemahaman Public Relations: Saatnya Berdialog dengan Al Ries dalam Koalisi Dominan: Refleksi Kritis atas Peran dan Fungsi Public Relations dalam Manajemen*. Ridwan Nyak Baik dan Irmulan Sati T (Ed). Jakarta: BPP Perhumas.
- Putra, I. G. Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Universitas Atma Jaya: Yogyakarta.
- Putra, I. G. Ngurah. 2009. *Rekonstruksi Image Indonesia dalam Lingkungan Media Berubah*. <http://indopure.wordpress.com/category/artikel/>

- Setiawati, Linda. 2012. *Efektifitas Pengembangan Manajemen Pendidikan Tinggi. (Studi pada Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Barat Menuju World Class University)*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Wan, Hua-Hsin and Schell, Robert.2007. *Reassessing Corporate Image-An Examination of How Image Bridges Symbolic Relationships With Behavioral Relationships*.New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Widyaningsih, Henny S.2004.*Paradigma Baru Peran dan Fungsi PR pada Perguruan Tinggi dalam Perhumas dalam Warna: Menyusun Strategi, Membangun Korporasi dan Menjaga Reputasi*. Nurhuda Adinur, Wiryono, Erwin Lebe dan Irmulan Sati T (Ed). BPP Perhumas: Jakarta.
- Yulianingsih. 2013. *Universitas Ahmad Dahlan Akan Buka Kantor Perwakilan di Cina*.
Republika.co.id/berita/pendidikan/dunia-kampus/13/09/23/mtkza1-wowo-universitas-ahmad-dahlan-akan-buka-kantor-perwakian-di-cina.

BIODATA PENULIS

Dr. Wawan Hernawan, M.Pd

Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bandar Lampung

Noning Verawati, MA

Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bandar Lampung

M. Fikri Akbar, S.I.Kom, M.Si, M.M

Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai
Bandar Lampung

Choirul Fajri, S.I.Kom, MA

Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Romika Junaidi, S.Hum, MA

Alumni Pasca Sarjana Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Novi Rahma Ilmiati, S.I.Kom, MA

Alumni Pasca Sarjana Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

PEDOMAN PENULISAN DAN PENGIRIMAN NASKAH JURNAL INTERKATIF

1. Naskah berupa hasil penelitian, baik penelitian lapangan maupun kajian pustaka, atau yang setara dengan hasil penelitian, serta kajian konseptual di bidang komunikasi.
2. Naskah harus asli dan belum pernah diterbitkan di jurnal ataupun media penerbitan yang lain.
3. Judul naskah harus menggambarkan penelitian yang dilakukan, spesifik, efektif, lugas dan jelas, judul berbahasa Indonesia maksimal terdiri dari 12 kata dan judul berbahasa Inggris maksimal 10 kata.
4. Nama penulis ditulis dengan lengkap tanpa gelar akademik/profesional, dilengkapi dengan nama lembaga asal serta alamat korespondensi (email penulis) dan ditempatkan dibawah judul naskah.
5. Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dengan format penulisan huruf Times New Roman, ukuran font 12, spasi 1.
6. Abstrak ditulis dalam satu paragraf dengan format yang menjorok lebih ke dalam dengan jumlah kata 75-100 kata dan disertai dengan tiga sampai lima kata kunci.
7. Naskah ditulis dengan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dengan jumlah halaman antara 15-20 halaman.
8. Naskah diketik dalam format huruf Times New Roman, ukuran font 12, spasi 1,5, kertas A4 dan margin kanan-kiri-atas-bawah 3cm.
9. Sistematika penulisan naskah penelitian adalah sebagai berikut:
 - Judul
 - Nama penulis dan asal lembaga serta alamat korespondensi
 - Abstrak dan kata kunci
 - Pendahuluan (tanpa subjudul)
 - Metode Penelitian
 - Hasil dan Pembahasan (bisa terdiri dari beberapa subjudul yang disesuaikan dengan materi tulisan)
 - Kesimpulan dan saran
 - Daftar Pustaka
10. Sistematika Penulisan naskah kajian konseptual:
 - Judul
 - Nama penulis dan asal lembaga serta alamat korespondensi
 - Abstrak dan kata kunci

- Pendahuluan (tanpa subjudul)
- Subjudul-subjudul yang dipergunakan
- Penutup
- Daftar Pustaka

11. Tabel dan gambar harus diberi judul serta keterangan penomoran dan sumber yang jelas di bagian bawah tabel dan gambar tersebut dan diketik dengan spasi tunggal.

12. Daftar pustaka hanya memuat sumber-sumber pustaka yang benar-benar disebut dalam isi naskah. Daftar pustaka ditempatkan di halaman terkahir minimal 80% berupa pustaka terbitan 10 tahun terakhir. Daftar pustaka yang digunakan dapat berupa artikel-artikel penelitian dalam jurnal atau laporan penelitian.

13. Penulisan daftar pustaka diurutkan secara alfabetis dan diketik dengan spasi satu dan disusun dengan tata cara: Nama belakang, nama depan. Tahun penerbitan. Judul buku (cetak miring). Kota: Penerbit.

Contoh:

Solis, Brian., Dreirdere Breakenridge. 2009. *Putting The Public Back In Public Relations: How Social Media is Reinventing The Aging Business of PR*. USA: Pearson Education

14. Perujukan dan pengutipan menggunakan teknik rujukan berkurung (nama akhir, tahun). Pencantuman sumber pada kutipan langsung dibuat dengan catatan perut, hendaknya disertai keterangan tentang nomor halaman tempat asal kutipan.

Contoh:

Putra,1999:14-15

Holthauzen, 2006: 257

K. Yin, 2004:13

15. Naskah jurnal serta biodata penulis dikirim melalui email verasugiyono02@gmail.com naskah diterima paling lambat dua bulan sebelum bulan terbit.

16. Redaksi berhak menyunting tulisan mengubah dan memperbaiki ejaan, tata tulis, dan tata bahasa naskah yang dimuat tanpa mengurangi substansi materi naskah.



ISSN 2087-2070

KOM & REALITAS SOSIAL

JURNAL ILMU KOMUNIKASI
Volume12, Nomor12, April 2016

Diterbitkan Oleh :
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bandar Lampung
BANDAR LAMPUNG - INDONESIA