

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Istilah *public relations* yang ada dan dikenal pada saat sekarang ini, secara sederhana disebut hubungan masyarakat atau disingkat dengan humas. Keberadaan dari peran humas disejumlah perusahaan, institusi, atau lembaga pemerintah pada saat ini tidak dapat dianggap remeh. *Public relations* saat ini boleh dikatakan tentang menciptakan pendapat publik. Keberadaan *public relations* di lembaga atau institusi sosial telah tumbuh bukan saja sebagai alat sosial, politik, budaya tapi juga mendukung terciptanya keuntungan ekonomi.

Istilah humas atau hubungan masyarakat yang dikenal pada saat ini, merupakan penerjemah dari kata asing "*public relations*". *Public relations* yang dikenal lebih populer dengan singkatan "PR" merupakan trendsetter yang banyak diminati banyak orang sebagai salah satu bentuk peluang kerja yang menjanjikan saat ini. Namun sangat disayangkan, banyak kalangan akademik maupun praktisi humas yang kurang menyadari bahwa terdapat perbedaan istilah yang cukup signifikan antara *public relations* dengan humas.

Dalam era globalisasi bidang *Public Relations* akan sangat berperan. Perusahaan yang tidak memanfaatkan bidang tersebut akan tertinggal karena tidak menguasai perolehan dan penyebaran informasi. Humas harus bisa berkomunikasi yang baik dan berinteraksi terhadap publiknya. Komunikasi merupakan salah satu aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang.

Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi. Komunikasi berpengaruh sangat besar yang bisa membuat institusi lain menjadi lebih kuat. Kemampuannya menyebarkan pesan ke banyak orang diberbagai tempat sekaligus menjadikannya sebagai sumber kekuatan, terlepas dari informasi atau gagasan apa yang disebarkannya. Fungsi komunikasi dan hubungan masyarakat akan terasa manakala perusahaan berupaya mengembangkan usaha dan menghindari situasi yang kurang kondusif dengan lingkungan. *Public relations* merupakan juga komunikasi, dimana kegiatannya selalu diarahkan kepada usaha untuk mempengaruhi pendapat publik agar publik dapat bersikap, berpendapat dan bertingkah laku sesuai keinginan dan tujuannya.

Public relations merupakan sarana yang secara fungsional dapat menjalankan fungsi manajemen, menciptakan komunikasi yang harmonis, menciptakan pendapat publik yang menguntungkan didalam organisasi atau perusahaan. Manajemen humas mencakup peran, fungsi, ruang lingkup dan aktivitas/kegiatan humas. (Danandjaja, 2011:63)

Aktivitas humas dilakukan untuk mencapai sasaran dan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan yang sudah ditargetkan, citra positif merupakan salah satu yang hendak diperoleh perusahaan tersebut bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Citra positif memberikan kontribusi yang begitu kuat untuk perusahaan atau organisasi dalam menjalin hubungan baik terhadap publik sehingga praktisi humas

dituntut harus bisa profesional dalam menyikapi persoalan-persoalan yang menerpa perusahaan atau organisasi itu sendiri.

Menurut Anton M. Mulyono (2001:127), Aktivitas artinya kegiatan atau keaktifan, Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun nonfisik, merupakan suatu aktivitas.

Aktivitas *Public Relation* sangat erat kaitannya dengan pembentukan Opini Publik dan perubahan sikap dari masyarakat. Aktivitas didalam *Public Relations* menekankan adanya “Komunikasi Timbal Balik (*Two Ways Traffic Communications*)” antara Lembaga dengan Publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu (Ruslan, 2008: 1).

Ardianto dalam Ruliani (2016:10) “Aktivitas humas adalah Mediator yang menjembatani kepentingan Organisasi, Lembaga Perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan humas itu sendiri.

Dalam aktivitas atau operasionalnya, humas tersebut dikenal dengan penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*), dan pengevaluasian atau pemantauan (*evaluating*). Fungsi manajemen dalam konsep humas bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan yang kegiatannya langsung atau tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan. (Ruslan, 2008: 11).

Humas memiliki program kerja dan kegiatan dalam menjangkau sasaran yang dikehendakinya. Tujuan umum dari program kerja dan berbagai

aktivitas humas di lapangan adalah cara menciptakan hubungan harmonis dengan publiknya atau stakeholder, sasaran khalayak yang terkait. Perencanaan program kerja tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen humas yang dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarannya (Ruslan, 2014:147)

Pendekatan *public relations* menuntut cara-cara penghampiran baru yang bukan hanya lebih komprehensif, melainkan lebih Imajinatif terhadap pembentukan opini publik. Suatu pendekatan yang mempertimbangkan beragam aspek yang bersinggungan dengan opini, *Public relations* sebagai salah satu pilar terpenting dalam komunikasi pemasaran untuk menciptakan reputasi perusahaan, penyebaran informasi perusahaan. Kegiatan-kegiatan *public relations* tersebut khusus diarahkan kepada khalayak terbatas atau pihak-pihak tertentu yang berbeda-beda, dan masing-masing dengan cara yang berlainan pula. Penyebaran suatu pesan, *public relations* tidak dilakukan secara merata ke semua orang seperti halnya pesan-pesan iklan melalui media massa. Dalam memilih khalayak, *public relations* lebih bersifat deskriminatif, unsur-unsur atau segmen tertentu sengaja dipilih dalam rangka lebih mengefektifkan penerimaan pesan. Aktivitas humas dengan menggunakan media massa mampu menjangkau khalayak secara luas untuk menyampaikan berita dan informasi.

Praktisi humas harus menentukan khalayak atau publik mana yang akan menjadi sasaran program kerja humas. Khalayak sasaran haruslah jelas agar tujuan, strategi dan taktik yang dilaksanakan dapat tercapai hasil secara

optimal. Praktisi humas tidak dapat menetapkan rencana kerja kehumasan yang ditujukan untuk masyarakat umum (*general public*) karena mencakup begitu banyak orang. Praktisi humas tidak dapat menetapkan kategori yang terlalu umum dalam menentukan target khalayaknya, yaitu seluruh khalayak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Praktisi humas harus mampu memilih fakta yang paling penting dan menarik ketika melakukan komunikasi dengan khalayak sasaran. Kemampuan dalam memilih fakta yang paling penting dan menarik ini harus dimiliki praktisi humas ketika ia melakukan kegiatan membingkai pesan. Dengan kata lain, praktisi humas harus mampu melakukan analisis terhadap seluruh fakta yang diterimanya dan memilih bagian-bagian tertentu dari fakta yang akan disampaikan kepada khalayak. Kegiatan ini disebut dengan kegiatan membingkai pesan atau analisis framing (*framing analysis*). Kegiatan membingkai pesan merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam berkomunikasi dan praktisi humas sangat berkepentingan dalam kegiatan ini. (Morissan, 2008:191)

Aktivitas humas perguruan tinggi memiliki tujuan dan sasaran yang tentunya akan berdampak positif bagi perguruan tinggi tersebut. Lembaga yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dikenal dengan perguruan tinggi. Perguruan tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, yang kelebagaannya dapat berupa akademi, politeknik, sekolah tinggi, institute atau universitas. Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Ketiga kewajiban inilah yang membedakan antara perguruan

tinggi dengan lembaga pendidikan menyelenggarakan pendidikan dasar dan menengah. (Abbas, 2008:89)

Pendiri dan penyelenggara perguruan tinggi terdiri dari pemerintah dan masyarakat. Perguruan tinggi yang didirikan dan diselenggarakan oleh pemerintah berbentuk perguruan tinggi negeri dan yang didirikan oleh masyarakat berbentuk perguruan tinggi swasta. Perguruan tinggi yang sumbernya dari pemerintah bukanlah menjamin bahwa perguruan tinggi tersebut lebih baik, dan sebaliknya perguruan tinggi yang sumbernya dari masyarakat bukan berarti kualitas perguruan tinggi tersebut lebih rendah. (Abbas, 2008:160)

Citra positif perguruan tinggi merupakan program kerja dan aktivitas humas yang bisa meningkatkan rasa ketertarikan dan minat masyarakat yang ingin melanjutkan jenjang pendidikannya di perguruan tinggi tersebut.

Secara bahasa, minat berarti perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pelajaran, atau objek itu berharga bagi individu.

mmenurut para ahli Crow and Crow dalam Alfi (2016:26) mengatakan bahwa minat atau *interest* bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain, minat menjadi penyebab kegiatan atau partisipasi dalam kegiatan. Minat mengandung unsur kogniti (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak).

Dengan penjelasan diatas begitu terlihat, terbentuknya opini publik yang baik dan citra positif perguruan tinggi, akan ada menimbulkan rasa minat dan ketertarikan calon mahasiswa ingin masuk ke perguruan tinggi tersebut. Situasi saat ini menggambarkan bahwa keinginan yang begitu tinggi pada calon mahasiswa yang akan melanjutkan jenjang pendidikannya. hal yang seperti ini membuat humas perguruan tinggi sangat berperan aktif dan menerapkan strategi. Fungsi, peran, dan strategi humas bertujuan untuk memperoleh sasaran yang telah di tetapkan sebelumnya.

Dalam strategi komunikasi global para praktisi humas memosisikan diri di *front line* yang mengkomunikasikan sasaran, pesan-pesan utama, *target publics*, dan rencana-rencana perusahaan. *Public Relations* dalam terminologi bahasa indonesia diartikan sebagai “Humas”. Dari arti tersebut maka dapat dijabarkan *Public Relations* harus dapat membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat melalui citra positif perusahaan yang ia wakili. Selain itu, aktivitas humas meliputi kegiatan mulai dari pebenahan organisasi itu sendiri (*the PR begins at home*), hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan (*image building & creativity*) dan hubungan yang positif di mata publiknya.

Di Universitas Islam Riau terdapat humas yang mengelola informasi tentang kampus untuk khalayak luas serta meningkatkan citra positif. Humas Universitas Islam Riau memiliki aktivitas, peran, fungsi yang sebagaimana praktisi humas pada umumnya. komunikasi merupakan salah satu elemen penting yang dibutuhkan dalam menyampaikan visi, misi dan kultur sebuah

perusahaan atau lembaga lainnya. Aktivitas humas melakukan publikasi melalui media massa (cetak, elektronik, media televisi dan online) bertujuan untuk meningkatkan citra dan pembentukan opini dalam menarik simpati khayalak muda dan masyarakat.

humas memiliki tugas penting dalam memformulasikan visi, misi dan kultur tersebut ke sebuah pesan yang dapat diterima oleh masyarakat. Humas juga harus diperankan sebagai juru bicara yang mampu menjelaskan informasi dan kebijakan dari pimpinan perguruan tinggi, membina hubungan harmonis dengan publik intern (dosen, mahasiswa, karyawan, manajemen) dan hubungan kepada publik ekstern (orangtua mahasiswa, media massa, pihak terkait lainnya), membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan eksternal dengan menyebarkan pesan (Morissan, 2008:9).

Informasi dan publikasi hasil penelitian, dan berbagai kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan, dan membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah antar perguruan tinggi dengan mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di perguruan tinggi maupun di masyarakat.

Begitu pula yang dilakukan humas Universitas Islam Riau, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan guna menjaga kepercayaan publik. Tujuan diadakannya kegiatan humas diharapkan dapat meningkat kepercayaan publik yang nanti akan memberi dampak positif terhadap Universitas Islam Riau, seperti peningkatan animo dan minat serta ketertarikan calon mahasiswa yang ingin masuk ke Universitas Islam Riau setiap tahunnya.

Banyak upaya-upaya yang dilakukan dalam kegiatan humas agar memberikan pengaruh yang besar bagi minat dan animo masyarakat, khalayak muda, calon mahasiswa. Universitas Islam Riau merupakan salah satu perguruan tinggi di Kota Pekanbaru yang beralamatkan di Jl. Kaharuddin Nasution No.113 Pekanbaru. Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi swasta di Riau yang membudayakan keislamlah dan kereligiusan Islam.

Universitas Islam Riau selalu berupaya meningkatkan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas, melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dan manajemen yang baik serta membangun kemitraan dengan masyarakat, pemerintah dan perguruan tinggi baik lokal, nasional maupun internasional yang saling menguntungkan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan citra positif dan kepercayaan masyarakat agar memiliki minat dan rasa tertarik yang nantinya akan masuk Universitas Islam Riau.

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru

Tahun	Mendaftar	Lulus/diterima
T.A 2014/2015	8224	7218
T.A 2015/2016	8472	7459
T.A 2016/2017	8467	7511

Sumber : Biro kemahasiswaan & alumni UIR (april 2016)

Universitas Islam Riau merupakan Universitas terbesar di wilayah Kopertis X didalam menerima mahasiswa baru untuk fakultas dan program studi. Memiliki Visi dan Misi yang cerdas dan menjadikan Universitas Islam

Riau unggul di Asia Tenggara tahun 2020. Pada umumnya, siswa yang lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA) maupun Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) lebih tertarik masuk Perguruan Tinggi Negeri di karenakan persepsi masyarakat pada dasarnya perguruan tinggi swasta lebih mahal dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri.

Aktivitas humas Universitas Islam Riau dalam meningkatkan minat calon mahasiswa sering melakukan aksi sosialisasi dan publikasi dengan memuat ke media tentang informasi, kegiatan-kegiatan, prestasi-prestasi yang diperoleh Universitas Islam Riau dengan tujuan agar meningkatnya citra positif kepercayaan pada masyarakat.

Dengan penjelasan diatas, penulis ingin melakukan penelitian terhadap permasalahan tentang aktivitas humas yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat calon mahasiswa masuk ke Universitas Islam Riau.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah diatas maka penulis berusaha memberikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan universitas negeri dengan universitas swasta di Riau.
2. Meningkatnya jumlah pendaftar dan rasa minat calon mahasiswa masuk Universitas Islam Riau.
3. Manfaat media massa cetak, online dalam program kerja humas dalam publikasi dan informasi pelayanan di Universitas Islam Riau.

4. Adanya pemanfaatan spanduk dan baliho dalam Program Kerja humas publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau.

C. Fokus Penelitian

Mengingat banyaknya identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka penulis hanya memfokuskan permasalahan penelitian pada “ program kerja humas dalam publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau dan faktor pendukung serta faktor penghambatnya”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana program kerja humas dalam publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambatnya program kerja humas dalam publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau?

E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penelitian ini bertujuan yaitu :

- a. Untuk mengetahui program kerja humas dalam publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau.

- b. Mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat program kerja humas dalam publikasi informasi dan pelayanan di Universitas Islam Riau.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang pentingnya aktivitas, peran dan fungsi program kerja humas pada sebuah perusahaan, organisasi, perguruan tinggi, pemerintahan serta bagi mahasiswa maupun universitas untuk penelitian lebih lanjut.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi ilmiah atau dapat memberikan manfaat dan informasi kepada humas Universitas Islam Riau tentang peranan humas.