

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*
DALAM MENINGKATKAN REPUTASI
UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA
SEBAGAI UNIVERSITAS RISET BERKELAS DUNIA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

ANDITYA YOSEPHAT ANGWARMASE

070903396 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan
Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta sebagai
Universitas Riset Berkelas Dunia**

SKRIPSI

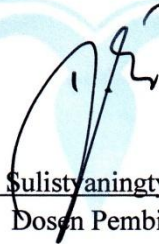
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh

ANDITYA YOSEPHAT ANGWARMASE

070903396 / KOM

Disetujui oleh:



Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi Universitas GadjahMada Yogyakarta sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia
Penyusun : Anditya Yosephat Angwarmase
NIM : 07 09 03396

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis / 24 April 2014
Pukul : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran lantai 1

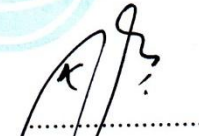
TIM PENGUJI

Dr. Gregoria Arum Yudarwati
Penguji Utama



.....

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si
Penguji I



.....

Drs. Setio Budi, HH., Msi.
Penguji II



.....

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Anditya Yosephat Angwarmase
Nomor mahasiswa : 07 09 03396
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar – benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 2 Mei 2014



Anditya Y. Angwarmase

HALAMAN MOTTO

*Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih,
pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya
(Mazmur, 126: 6)*

*Seny, Pit i Collons
(be wise, strong and brave)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan khusus bagi keluarga Nazareth, Tuhan Yesus Kristus tempat saya memohon, Bunda Maria pendengar yang baik dan Santo Yoseph yang selalu mendampingi saya.

“Saya mau ikut Yesus sampai selama-lamanya.”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Bapa, Tuhan Yesus, Bunda Maria dan Santo Yoseph atas segala bimbingan dan kuasa serta kekuatan yang telah diberikan kepada saya sehingga skripsi saya dengan judul “Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi UGM” dapat selesai dengan baik.

Banyak pengetahuan baru yang saya dapatkan berkat penelitian ini yang saya percaya akan menjadi bekal penting bagi masa depan saya. Saya juga ingin berterima kasih kepada:

1. Keluarga Angwarmase Ulahayanan tercinta, Papa, Mama, Kaka Dharma, Ade Nona dan kekasih tersayang Yola Nasareth. Karena dukungan kalian, semua akhirnya bisa selesai
2. Untuk *Tete Nene* Ohoijang, *Tete Nene* Amdasa, *Angar*, *Muda Yoke*, *Bapa Ivo*, *Kaka Ris Rahail*, *Om Tua* di Surga
3. Romo Suharto Widodo di Pringwulung. Terima kasih Romo. Saya dapat banyak berkat dari Romo
4. Ibu Ike Devi sebagai dosen pembimbing. Terima kasih telah mau mengerti dan membantu saya dalam membimbing hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Maafkan saya atas segala kekurangan saya yang kadang menjadi hambatan selama proses bimbingan. Banyak hal yang telah diajarkan kepada saya dan saya percaya semuanya akan berguna bagi masa depan saya
5. Mas Nobertus Ribut. Terima kasih telah menjadi teman diskusi yang baik dan membuat saya yakin untuk mengambil skripsi tentang *cyber PR* juga karena bersedia untuk memberikan referensi tentang topik ini
6. Para dosen konsentrasi studi Public Relations, bu Yudi yang banyak memberikan saran sewaktu seminar dan ibu Arum dan pak Setyo sebagai dosen penguji yang telah banyak membantu untuk memperbaiki skripsi ini
7. Divisi Humas UGM khususnya Ibu Wijayanti, S.I.P., M.Sc yang telah mengizinkan saya untuk menjadikan Divisi Humas UGM sebagai objek

penelitian dan telah bersedia untuk diwawancarai. Maaf kalau saya merepotkan. Tidak lupa bagi *masEga* Zulfikar yang juga bersedia untuk diwawancara dan mau membantu untuk melengkapi data-data dan untuk *mbak* Astri yang sudah membantu administrasi lainnya

8. Sahabat-sahabat saya, Febry Halim, Arnold Meidika, Jefry Tallal, Gandhi dan Adi Prasetyo, Hugo, Yohanes, Julio, Dimas yang telah bersama-sama dengan sejak awal kuliah hingga akhir. Kalian semua pernah saya repotkan karena mengantarkan saya dari dan ke kampus
9. Laurens dan adik-adik di kampus, Christo, Jay Dhaitanio, Asher
10. Untukanjing-anjingkesayangansaya, Alfa, Alus, Bubi, Junnow
11. Bagi tim kebanggaan saya FCBarcelona dan seluruh pemain, Valdes, Pinto, Oier, Alves, Montoya, Pique, Bartra, Mascherano, Puyol, Alba, Adriano, Busquets, Jonathan, Song, Xavi, Iniesta, Fabregas, Sergi, Affelay, Pedro, Alexis, Messi, Neymar, Cuenca, Tello. Bagi Tim Pelatih Tata Martino dan juga *former coaches* Pep Guardiola dan yang terutama bagi yang telah berpulang Tito Vilanova, *may you rest in peace!*
12. Bagi teman-teman lain di kampus yang pernah mengantarkan saya selama di Jogja. Anton *black*, Ivan, mas Doddy, *ko* Jimmy, Dika, Ricky, Ajis, Andry, Ibam, Ajis Lewokeda, Videst, Tatang, Gentha, Cornelius Ardian, Bojes, Ade Anom, Galih *gembul* dan kepada semua pihak yang tidak dapat diungkapkan satu persatu. Terima kasih banyak

IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*
DALAM MENINGKATKAN REPUTASI
UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA
SEBAGAI UNIVERSITAS RISET BERKELAS DUNIA

ABSTRAK

Reputasi menjadi faktor penting dalam persaingan di dunia usaha. Hal tersebut juga disadari oleh UGM yang sedang berupaya untuk meningkatkan reputasi dari universitas terbesar di Indonesia menjadi universitas riset berkelas dunia. Dalam proses peningkatan reputasi tersebut, salah satu elemen yang berperan adalah komunikasi.

Humas UGM sebagai divisi yang menjalankan fungsi komunikasi tersebut perlu memanfaatkan berbagai media yang ada. Perkembangan pengguna media *online* yang pesat kemudian mengharuskan Divisi Humas UGM untuk dapat berpartisipasi guna berinteraksi dengan masyarakat atau yang dikenal sebagai *cyberPR*. Dengan demikian maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi implementasi *cyber PR* dalam meningkatkan reputasi UGM.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Data yang digunakan adalah data-data yang didapat berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang terlibat dalam implementasi *cyber PR*.

Dari data yang dikumpulkan, bentuk implementasi *cyber PR* terbagi menjadi lima yaitu pembuatan *press release*, berita video, pemantauan dan pelaksanaan interaksi di media sosial, pengelolaan sistem informasi aspirasi publik (SIAP) dan penyediaan informasi. Meskipun bentuk-bentuk implementasi *cyber PR* yang beragam, didapati bahwa kontribusi implementasi *cyber PR* dalam meningkatkan reputasi UGM hanya berfokus pada publikasi yang terdapat pada bentuk-bentuk implementasi tersebut. Publikasi dilakukan dengan menggunakan unit-unit lain sebagai sumber informasi yang mengangkat tentang penelitian. Topik khusus tentang penelitian dipublikasikan guna membangun pemahaman tentang UGM sebagai universitas riset berkelas dunia dan interaksi yang terjadi belum memberikan kontribusi yang signifikan.

Kata kunci: implementasi *cyber PR*, reputasi, media *online*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Akademis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Kerangka Teori	7
1. <i>Public Relations</i>	7
2. <i>Public Relations</i> sebagai Proses Manajemen	9

3. Publik	17
4. <i>Media Baru bagi Public Relations</i>	18
5. <i>Cyber Public Relations</i>	22
6. Reputasi	35
7. Implementasi <i>Cyber PR</i> dalam Meningkatkan Reputasi	39
F. Kerangka Konsep	40
1. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i>	40
2. Reputasi	42
3. Implementasi <i>Cyber PR</i> dalam Meningkatkan Reputasi	43
G. Metodologi Penelitian	44
1. Jenis Penelitian	44
2. Metode Penelitian	44
3. Lokasi Penelitian	45
4. Teknik Pengumpulan Data	45
5. Metode Analisis	46
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	47
A. Gambaran tentang Universitas Gadjah Mada	47
B. Visi dan Misi Universitas Gadjah Mada	48
C. Logo Organisasi	48
D. Alamat dan Kontak Organisasi	51
E. Struktur Organisasi	52
F. Divisi Humas Universitas Gadjah Mada	53
G. Publik Universitas Gadjah Mada	55

H. Struktur Organisasi Divisi Humas Universitas Gadjah Mada	56
I. Peningkatan Reputasi UGM sebagai Universitas Riset	
Berkelas Dunia	57
J. <i>Cyber Public Relations</i> UGM	60
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	67
A. Hasil Penelitian	67
1. Perencanaan <i>cyber PR</i> dalam meningkatkan reputasi UGM sebagai universitas riset berkelas dunia	67
2. Implementasi <i>cyber PR</i> dalam Meningkatkan Reputasi UGM sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia	68
B. Analisis Hasil Penelitian	91
BAB IV PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	99
Daftar Pustaka	100

DAFTAR GAMBAR

1. Empat Langkah PR	9
2. Hubungan antara identitas, reputasi dan performa perusahaan	37
3. Logo UGM	48
4. Model peningkatan reputasi UGM	59
5. Tampilan situs resmi UGM	61
6. Tampilan akun facebook resmi UGM	62
7. Tampilan akun youtube resmi UGM	62
8. Tampilan akun twitter resmi UGM	63
9. Tampilan bagian rilis berita di situs resmi UGM	76
10. Tampilan <i>press release</i> tentang penelitian yang dilakukan UGM ...	78
11. Bentuk konektivitas yang dibangun Divisi Humas UGM	79
12. Tampilan situs media UGM	83
13. Tampilan berita video UGM	84

DAFTAR TABEL

1. Perbandingan pemanfaatan media *online* dalam meningkatkan reputasi UGM sebagai universitas riset berkelas dunia
2. Perbandingan antara *press release* dan berita video sebagai bagian dari publikasi

