

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari berbagai pemahaman mengenai konsep *public relations* menurut Humas di universitas negeri dan swasta, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dalam memahami konsep *public relations*. Definisi, fungsi dan aktivitas *public relations* dipahami hampir sama antara Humas di universitas negeri dan Humas di universitas swasta. Pemahaman yang hampir sama terkait dengan definisi, fungsi dan aktivitas *public relations* di universitas ini disebabkan oleh perkembangan jaman yang menuntut universitas negeri maupun universitas swasta untuk bertahan. Pada akhirnya, kebutuhan universitas negeri maupun universitas swasta menjadi sama sehingga baik universitas negeri maupun universitas swasta memiliki pemahaman yang sama terkait dengan konsep *public relations*.

Perkembangan teknologi yang melahirkan media sosial juga turut menjadikan kebutuhan universitas negeri dan swasta memiliki kesamaan. Ketika seseorang mendapat pelayanan yang kurang memuaskan dari sebuah universitas dan yang bersangkutan mengeluhkannya melalui media sosial, maka orang dari berbagai tempat dapat membaca keluhan tersebut. Citra universitas bisa saja menjadi buruk dengan adanya keluhan seperti itu. Tuntutan untuk menjaga citra yang baik kemudian menjadi kebutuhan universitas negeri maupun swasta. Oleh sebab itu Humas di universitas

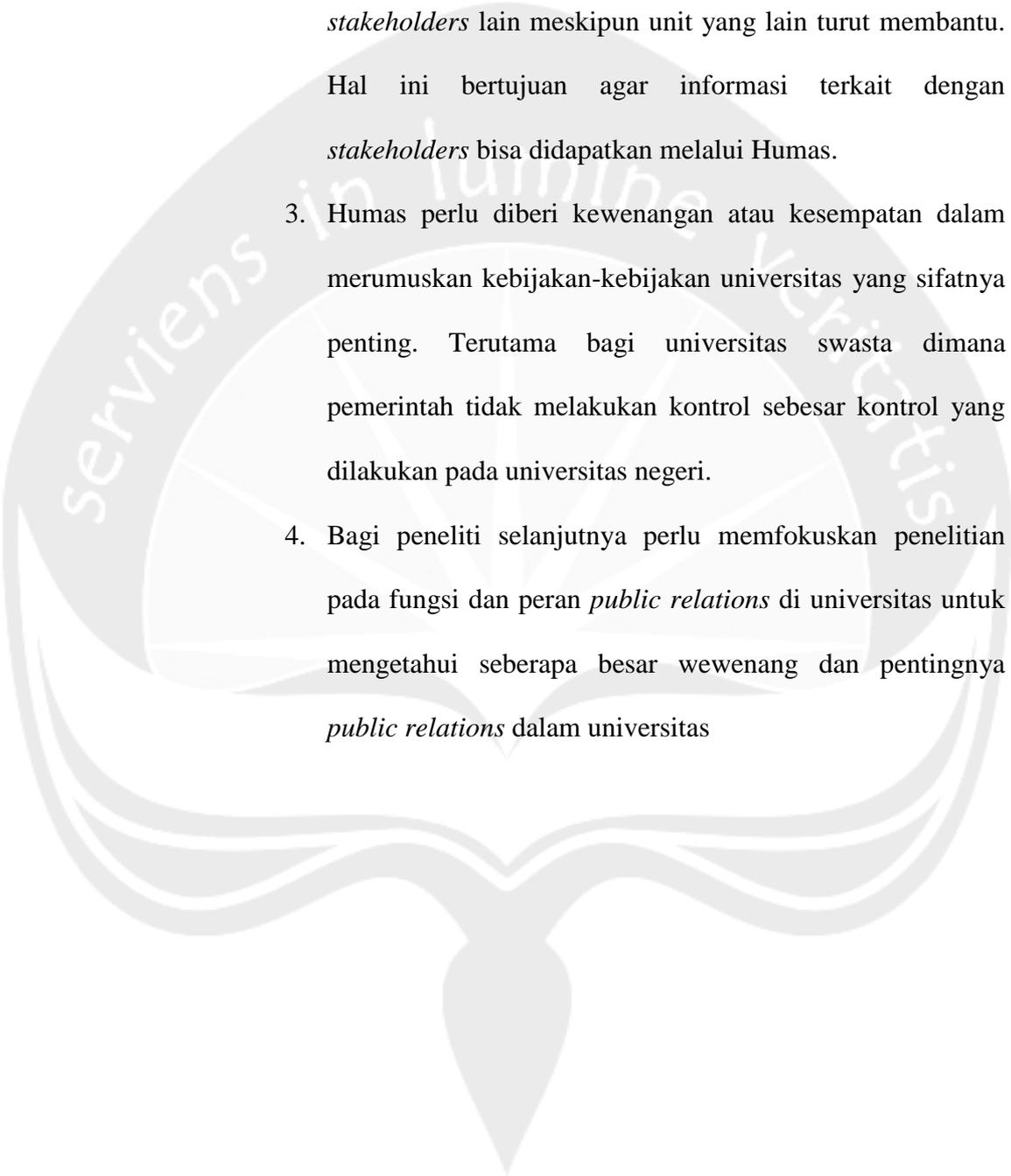
negeri dan swasta memiliki pemahaman yang sama terkait dengan konsep *public relations*.

Sementara itu, peran *public relations* dipahami secara berbeda. Humas di universitas negeri memahami peran *public relations* untuk menjaga citra sementara Humas di universitas swasta memahami peran *public relations* lebih kepada fasilitator komunikasi. Pemahaman yang berbeda ini didasarkan kepada pemikiran Humas di universitas negeri bahwa nama besar bukanlah jaminan citra yang baik. Justru dengan memiliki nama besar maka universitas harus menjaga citranya agar selalu baik. Di sisi lain, universitas swasta memahami peran *public relations* sebagai fasilitator komunikasi dengan dasar citra yang baik juga akan terbentuk jika universitas bisa memberikan informasi yang baik kepada masyarakat.

B. Saran

Mengacu kepada hasil temuan lapangan dan analisis yang sudah dilakukan peneliti, maka ada hal yang perlu disampaikan sebagai saran terkait dengan pemahaman konsep *public relations* di universitas.

1. Penting bagi universitas untuk memperjelas posisi Humas dalam struktur organisasi. Dengan adanya kejelasan akan posisi Humas, maka diharapkan kinerja Humas akan lebih baik, dimana Humas dapat melakukan kontrol ataupun pengawasan terhadap unit yang lain

- 
2. Berkaitan dengan saran pertama, maka Humas juga harus menjadi koordinator dalam mengurus relasi dengan *stakeholders* lain meskipun unit yang lain turut membantu. Hal ini bertujuan agar informasi terkait dengan *stakeholders* bisa didapatkan melalui Humas.
 3. Humas perlu diberi kewenangan atau kesempatan dalam merumuskan kebijakan-kebijakan universitas yang sifatnya penting. Terutama bagi universitas swasta dimana pemerintah tidak melakukan kontrol sebesar kontrol yang dilakukan pada universitas negeri.
 4. Bagi peneliti selanjutnya perlu memfokuskan penelitian pada fungsi dan peran *public relations* di universitas untuk mengetahui seberapa besar wewenang dan pentingnya *public relations* dalam universitas

DAFTAR PUSTAKA

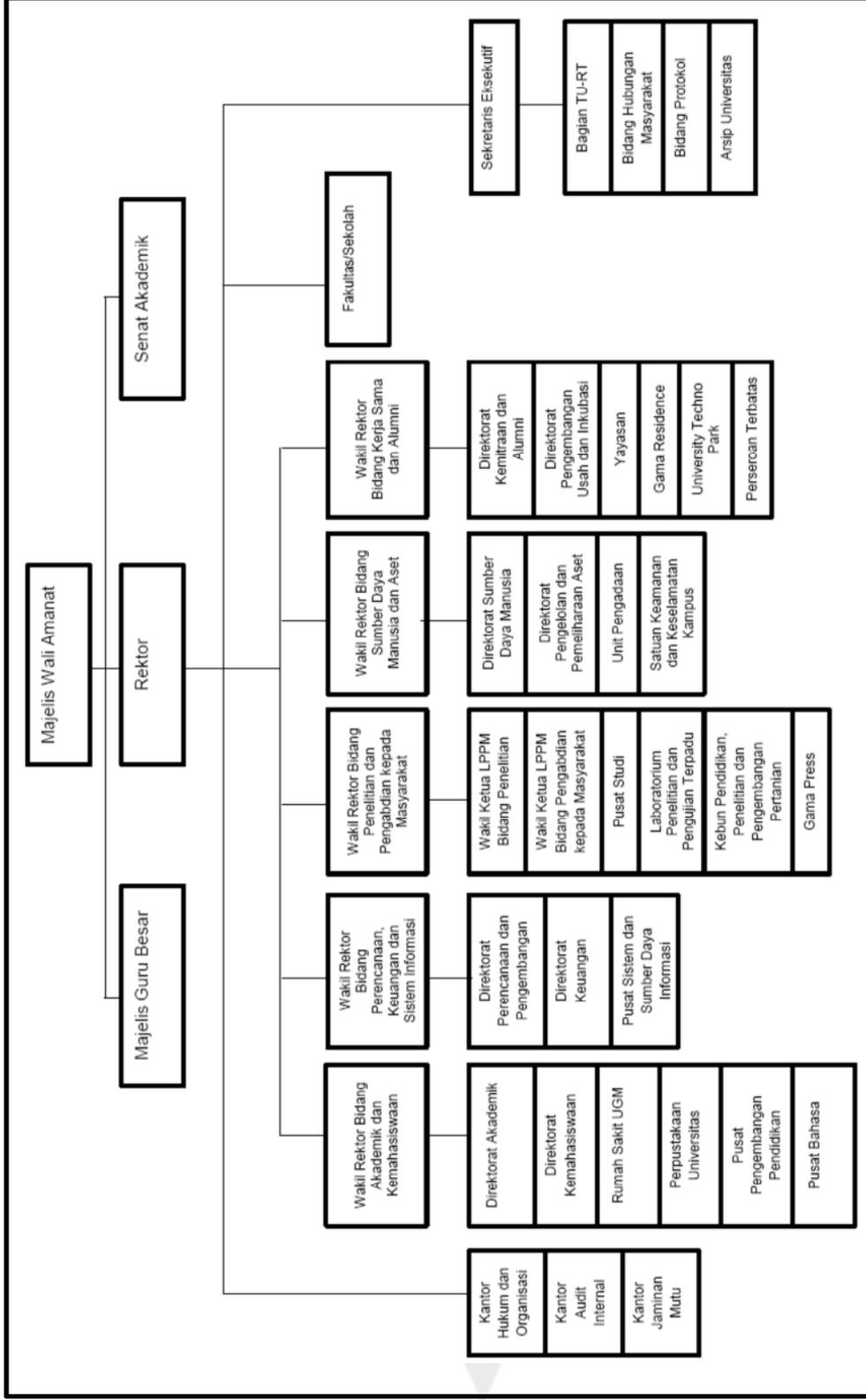
- Baskin, Otis., Craig Aronoff., Dan Lattimore. 1997. *Public Relations The Profession and the Practice*. Brown & Benchmark Publishers
- Bogdan, Steven, dan Steven J. Taylor. 1975. Alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons. *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. Surabaya: Wiley
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Cutlip, Scott M, Allen H Center, dan Glen M Broom. 2006. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah Public Relations, Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung Publisher
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Humas, advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Lattimore, Dan., Otis Baskin., Suzette T. Heimam., Elizabeth L. Toth., James K. Van Leuven. 2004. *Public Relations The Profession and the Practice*. New York: McGraw Hill
- Moloeng, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda

- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosadakarya
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo
- Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung Rosadakarya
- Rogers, Everet M., dan Rekha Agarwala R. 1976. *Communication in Organizations*. London: Collier Macmillan Publisher
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ayeni, Victor O, Adedeji, Olufunmilayo. 1992. 'Public Relations Function Development: Politics, Problems and Prospect of Institutionalization in the Nigerian University' *The International Journal of Educational Management*, Vol 6, hal: 16-17. Emerald Group Publishing, Limited
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2014. *Sistem Pendidikan Tinggi*. [online] Dilihat <www.dikti.go.id/id/profil-dikti/sistem-pendidikan-tinggi/> [Diakses 15 Mei 2014]
- Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri, 2014. *Daftar Perguruan Tinggi dan Program Studi yang Ditawarkan*. [online] Dilihat: <<https://web.snmpn.ac.id/ptn>> [Diakses 15 Mei 2014]
- Simbolon, J.M Rabowo M.T., 2014. *Aktivitas Hubungan Media di Universitas Gadjah Mada*. S1 KKL, UAJY.
- Widowati, Kristi Destiana. 2013. *Konsep Humas Menurut Humas SMA Swasta Katolik-Kristen Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada SMA Kolese De Britto, SMA Bopkri 1 dan SMA Pangudi Luhur)*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi



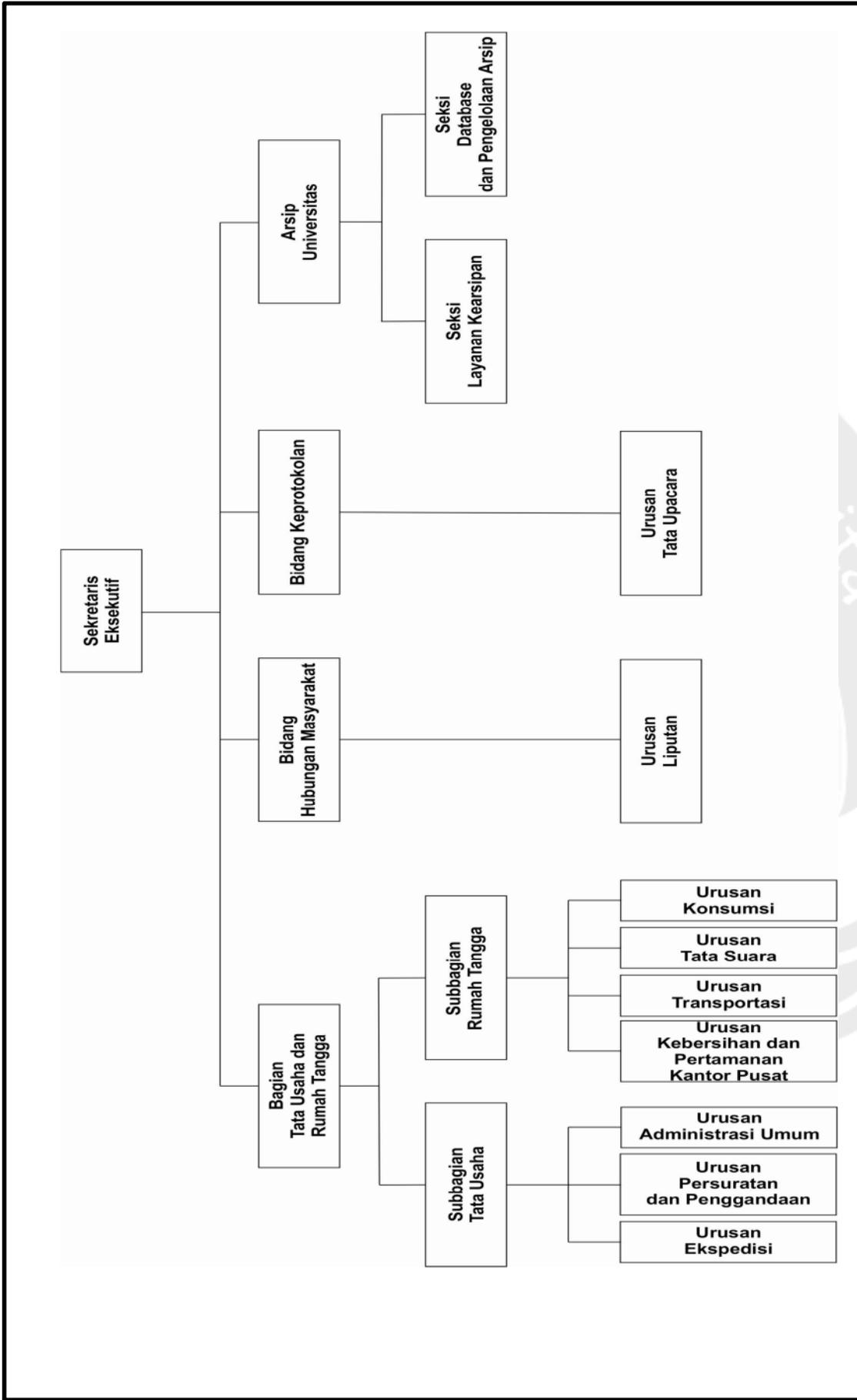
LAMPIRAN 1

STRUKTUR ORGANISASI UNIVERSITAS GADJAH MADA



Struktur Organisasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Sumber: Kantor Humas UGM



Struktur Organisasi Sekretaris Eksekutif

Sumber: Kantor Humas UGM



LAMPIRAN 2



LAMPIRAN 3

STRUKTUR ORGANISASI UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

REKTOR

Kepala Kantor Humas, Sekretariat dan Protokol

WAKIL REKTOR
Bidang Akademik dan Sistem Informasi

WAKIL REKTOR
Bidang Administrasi SDM, Keuangan, Sarana dan Prasarana

WAKIL REKTOR
Bidang Kemahasiswaan, Alumni, Kerjasama dan Promosi

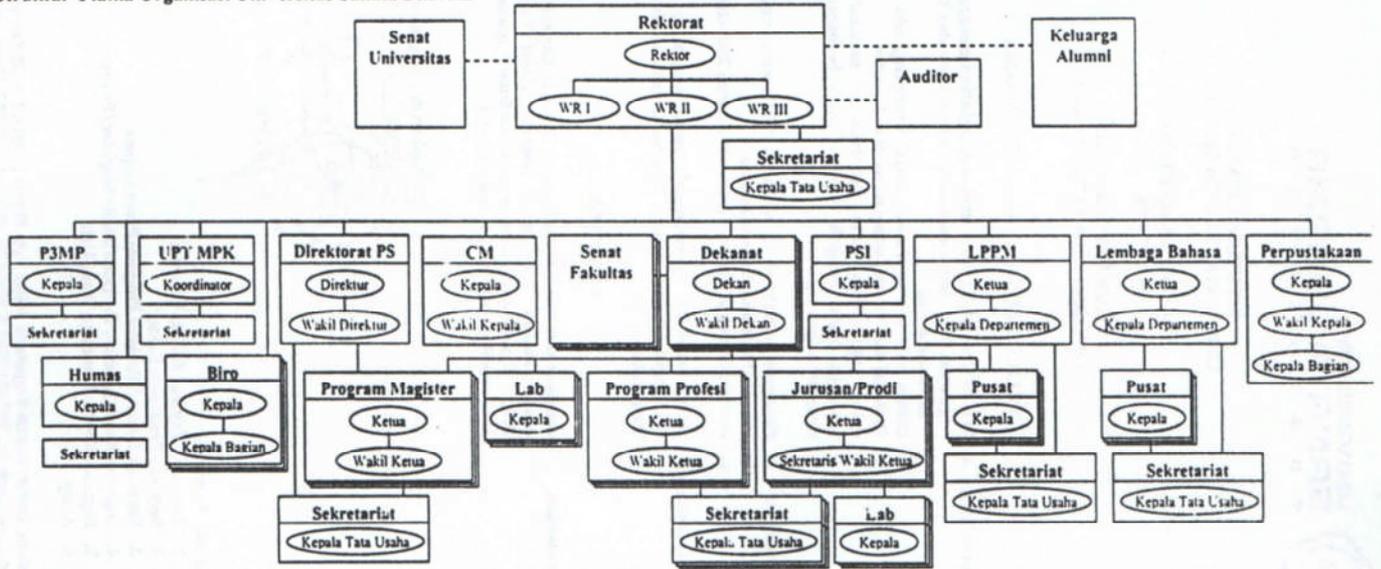
Koordinator Pengelola Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian

Koordinator Pengelola Instrumen Tes dan Evaluasi



LAMPIRAN 4

Struktur Utama Organisasi Universitas Sanata Dharma



Keterangan Bagan:		Ketentuan:	
1.	: Institusi	1.	Bila dalam suatu Fakultas terdapat lebih dari 5 (lima) Program Studi dimungkinkan terdapat lebih dari satu Wakil Dekan.
2.	: Pejabat	2.	Bila dalam satu Jurusan hanya terdapat satu Program Studi, Ketua Jurusan dirangkap oleh Ketua Program Studi dan Sekretaris Jurusan dirangkap oleh Wakil Ketua Program Studi.
3.	: Garis komando	3.	Bila dalam suatu Jurusan terdapat lebih dari satu Program Studi, Ketua Jurusan dirangkap oleh salah satu Ketua Program Studi dan Sekretaris Jurusan dirangkap oleh salah satu Ketua Program Studi yang lain.
4.	: Garis konsultatif		
5.	WR I : Wakil Rektor Bidang Akademik		
6.	WR II : Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Administrasi		
7.	WR III : Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Alumni		
8.	P3MI : Pusat Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pembelajaran		
9.	UPT MPK : Unit Pelaksana Teknis Matakuliah Pengembangan Kepribadian		
10.	PS : Pasca Sarjana		
11.	CM : Campus Ministry		
12.	PSI : Pusat Studi Ignasian		
13.	LPPM : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat		
14.	Humas : Hubungan Masyarakat		
15.	Prodi : Program Studi		
16.	Lab : Laboratorium		



LAMPIRAN 5

Interview Guide:

Profil Universitas

1. Visi dan Misi universitas
2. Struktur organisasi universitas
3. Apa keunggulan dari universitas ini?
4. Apa kelemahan dari universitas ini?
5. Siapa saja target sasaran universitas ini?

Public relations Universitas

1. Sejak kapan divisi *public relations* dibentuk?
2. Latar belakang dibentuknya divisi *public relations*?
3. Mengapa universitas memerlukan *public relations*?
4. Bagaimana posisi *public relations* dalam struktur organisasi universitas?
5. Bagaimana pemahaman konsep *public relations* di universitas?
6. Apa definisi *public relations* menurut universitas?
7. Apakah fungsi *public relations* di universitas?
8. Apakah peran *public relations* di universitas?
9. Apa-apa saja aktivitas *public relations* di universitas?
10. Siapa sajakah pihak yang membantu divisi *public relations*?
11. Dalam menjalankan aktivitasnya, kepada siapakah *public relations* harus memberikan pertanggungjawaban?
12. Seberapa besar peran *public relations* di universitas?
13. Apa wewenang yang diberikan kepada *public relations*?
14. Apakah nilai-nilai agama berperan dalam kinerja *public relations*?
15. Apakah perbedaan *public relations* di universitas negeri dan *public relations* di universitas swasta?



LAMPIRAN 6

Transkrip Wawancara

Bu Wijayanti, Kepala Kantor Humas Universitas Gadjah Mada

1. Keunggulan dari UGM?

UGM merupakan perguruan tinggi yang paling komprehensif seIndonesia. UGM memiliki 250 program studi dari diploma sampai dengan S3, terdiri dari 18 Fakultas, 1 sekolah vokasi, 1 sekolah pasca sarjana. Banyaknya jumlah ini membuat keilmuan di UGM sangat beragam. Jadi kalau orang mau belajar apapun bisa mereka dapatkan dan cari di UGM. Itu keunggulan UGM selain usia yang memang untuk perguruan tinggi negeri, UGM masih yang tertua dimana tahun ini (2014) UGM genap berusia 65 tahun. Dengan menjadi universitas tertua maka UGM memiliki pengalaman yang lebih banyak

2. Kelemahan dari UGM?

Keunggulan dari UGM tersebut yang kemudian menjadi kelemahan juga bagi UGM. Dengan *sizenya* UGM yang sangat besar, yang mahasiswanya mencapai 55.000 orang, dosennya 7000 orang membuat UGM terkadang sulit untuk menggali potensinya. Sistem yang berjalan di UGM juga belum berjalan dengan maksimal sehingga ketika jika ingin meningkatkan reputasi UGM dengan mengangkat prestasi dan keunggulan UGM menjadi susah karena tidak bisa *tercover* semuanya

3. Kelemahan ini mengganggu kepala Humas?

Kalau terganggu sih tidak. Namun hal ini menjadikan kerja tidak maksimal

4. Target sasaran dari UGM sendiri siapa?

UGM adalah universitas kerakyatan, universitas nasional, universitas nusantara jadi target UGM adalah supaya UGM dapat diakses seluruh masyarakat Indonesia. Semua orang dengan tingkat ekonomi apapun, dari daerah manapun kita ingin bisa terakomodasi di UGM. Namun tentu dengan tingkat intelektualitas memenuhi standar

di UGM. Maka itu UGM memiliki jalur seleksi mandiri dengan penelusuran bibit bibit unggul dari daerah terutama. Ini merupakan salah satu cara UGM agar UGM bisa menjadi miniatur Indonesia. Semua anak dari semua suku dan daerah bisa sekolah di UGM

5. Itu program dari Humas atau memang program dari UGM?

Program universitas

6. PR di UGM dibentuk sejak kapan?

Sudah lama ya, saya sendiri kurang tahu persis kapan tanggal tepatnya sekitar tahun 80an sudah ada

7. Latar belakang dibentuknya PR di UGM?

Awalnya kebutuhan untuk pemberitaan dan publikasi

8. Menurut mbak Wiwit sebagai kepala kantor Humas, kenapa UGM butuh PR?

Kita butuh PR karena menjaga nama baik. Kalau untuk promosi memang tidak ya. Untuk meningkatkan reputasi UGM. Dengan kebesaran UGM, sering ada isu-isu negatif yang menghantam UGM sehingga itu perlu dimitigasi.

9. Berarti *goal* dari PR UGM adalah menjaga nama citra dan reputasi baik UGM? Selain itu mbak?

Selain itu untuk memperkuat *branding*, karena meskipun UGM sudah tua, *corporate identity*nya belum digarap dengan serius

10. Posisi PR secara struktural?

Secara struktural memang tidak terlalu tinggi jadi kalau di UGM tertinggi rektor, di bawah rektor ada wakil rektor, kemudian di bawah wakil rektor ada direktur. Nah Humas tempatnya adalah di bawah sekretaris eksekutif. SE secara struktur berada langsung di bawah rektor, namun secara eselon berada sejajar dengan direktur. Jadi tidak setara dengan wakil rektor. Nah, Humas berada di bawah SE, jika dibandingkan

dengan unit yang lain kami ini setara dengan kepala bagian atau kepala subdirektorat. Kalau dari sisi struktur seperti itu, tapi kalau dari sisi pengakuan atas fungsi strategi humas, itu menurut kami cukup diakui disini, dianggap memang penting misalnya ketika ada rapat pimpinan di universitas ini, yang ikutin rektor, wakil rektor dan direktur level di bawahnya tidak ada kecuali humas. Jadi meskipun dari struktur kami tidak masuk, namun karena fungsi humas itu jadi kita diikutkan rapat. Sehingga kita tahu apa yang terjadi di universitas

11. Ketika ada rapat pimpinan, apakah mbak Wiwit bisa menyampaikan pendapat ide gagasan untuk pembuatan kebijakan UGM?

Iya bisa

12. Mbak Wiwit bisa berhubungan langsung dengan rektor?

Iya bisa

13. Kan humas berada di bawah sekretaris eksekutif, nah apakah harus ke SE dulu baru ke rektor?

Tidak, langsung pun bisa namun saya tetap melaporkan apa yang saya komunikasikan ke rektor kepada SE tapi tidak harus selalu lewat beliau

14. Berarti kalau Humas ini pertanggungjawabannya ke siapa ya mbak?

Kalau pertanggungjawaban ke SE tetap

15. Menurut mbak Wiwit seberapa besar peran PR di UGM?

Besar banget sebenarnya ya

16. Kalau PR dihilangkan kira kira efeknya apa mbak?

Jelas ngefek karena sekarang kebutuhan untuk menjaga nama baik adalah kebutuhan pokok sedangkan hantaman ke institusi itu kan sekarang makin besar bisa lewat media sosial, media cetak, interaksi langsung yang itu kadang di unit lain sensitifitasnya

kurang, mereka kurang tahu bagaimana menaggapinya jadi kalau tidak ada PR yang *membacup* mungkin tidak tahu deh jadinya gimana

17. Jadi wewenang PR apa aja ya mbak?

Tugasnya bisa dilihat di *desk job* semua hal tentang informasi publik harus melalui Humas. Ketika ada orang yang datang ke universitas mencari informasi tertentu, berdasarkan undang undang itu harus melalui Humas. Terus segala bentuk komunikasi dengan media massa harus melalui Humas. Tidak harus ketemu dengan Humas tapi kami harus tahu sehingga paling tidak kami bisa *ngebrief* dulu pejabat yang terkait. SOPnya seperti itu tapi kadang kadang kita juga tidak bisa membatasi teman teman wartawan yang disini kadang kadang mereka langsung kontak ke rektor atau ke wakil rektor tapi biasanya ada proses diskusi dulu antara pimpinan dengan kami misalnya aku mau mewawancarain masalah ini nih, apa yang harus aku tahu apa yang harus aku omongkan

18. Kalau ada masalah di kantor tertentu apakah mereka langsung kasih tahu mbak Wiwit?

Biasanya sih ada dua cara pertama ngomong ke saya kalau tidak melalui *group bbm* biasanya didiskusikan bersama di *group*. Jadi tidak cuma sama Humas tapi juga Kantor Hukum dan Organisasi. Mereka juga memberikan masukan dari segi hukum. Kalau ada masalah seperti ini dari sisi hukumnya seperti ini. Saya pun juga sering berdiskusi dengan Kantor Hukum dan Organisasi terutama kalau mersepon masalah yang ada kaitannya dengan hukum. Ketika ada dosen kita yang diselidiki kejaksaan atau ada masalah sengketa tanah, kita biasanya konsultasi dengan Kantor Hukum dan Organisasi. Ini ada masalah seperti ini, aku amannya ngomong seperti apa.

19. Berarti itu masuk kepada pihak yang membantu Humas. Selain Kantor Hukum dan Organisasi pihak apa saja yang sering berhubungan dengan kantor Humas mbak?

Hukum dan Organisasi sih. Kantor Audit Internal juga, mereka yang jadi semacam BPKnya universitas jadi mereka melakukan audit, lebih ke audit keuangan di internal universitas sih ya. Jadi kalau ada masalah masalah atau temuan temuan yang kira kira bisa diketahui publik kami *dibrief* dulu. Selain itu Kantor Direktorat Akademik juga

20. Itu kan sifatnya masih komunikatif mbak, nah kalau untuk hal hal yang sifatnya teknis humas dibantu siapa? Misalnya ada tamu dari mana yang datang itu humas yang atur juga bukan?

Bukan, itu diatur oleh protokol

21. Pemahaman mengenai konsep PR?

Kalau sebagai profesi PR itu menjadi corong universitas. Bagaimana harus membungkus kebijakan universitas ketika menyampaikan ke publik dan juga jadi *make up artist* sebelum kebijakan keluar kita harus biar bisa diterima publik dengan baik. Fungsinya depan belakang. Di depan sebagai corong di belakang jadi memberikan kosmetik.

22. *Complaint handling* baru sekarang menjadi tugas PR?

Iya baru sekarang semenjak rektor ganti, sebelumnya cuma ngurusin masalah publisitas

23. Harus analisis dan sampai ke penyelesaiannyakah?

Sampai alternatif doang, jadi saya harus tahu SOPnya seperti apa di masing-masing unit. Kesulitannya struktur organisasi belum sempat disesuaikan dengan tugas yang baru jadi lebih banyak ke aku

24. Fungsi PR?

Yang tadi bukan fungsi ya?

25. Fungsi secara teoritik, secara konseptual?

Harus menjaga reputasi dan meningkatkan reputasi karena membangun sudah dikerjakan sejak dulu

26. Peran PR?

Peran lebih pada *action* kalau saya memahami bagaimana kita melakukan sesuatu untuk menjalankan fungsi

27. Aktivitas PR?

Media relations pasti. Yang utama yang sudah dilakukan media. Kalau *employee* baru bikin tabloit internal, buletin untuk informasi ke staf di internal UGM. Sedangkan kalau yang lain dikerjakan bareng dengan unit lain terkait. Misalnya Sunmor, itu urusan Direktorat Pemeliharaan dan Pengelolaan Aset. Dia sebatas pada program mengalihkan pedagang kaki lima dari sini ke sini tapi kan itu di dalamnya itu bagaimana dia harus *dealing* dengan masyarakat bagaimana dia sosialisasi dengan pemerintah, desa, padukuhan. Negosiasi dengan PKL. Nah Humas masuk disitu walaupun bukan berperan utama. Kita masuk dalam tim, kita biasanya modelnya ketemu bareng bareng tergantung isi

28. Aktivitas lainnya mbak?

Kalau yang wajib setiap hari dikerjakan oleh teman teman yang lain. Yang bikin *release reporter*

29. Mbak Astri posisinya apa?

Dia posisinya dobel antara media dan sekretariat. Mbak astri jadi *PR officer* karena dia berada di bawah mbak Wiwit persis.

30. Beda UGM

Kalau kita udah *advanced* ya dibanding universitas lain. Secara umum tidak jauh beda misalnya kami jalan ke UI itu tidak terlalu berbeda tapi yang mungkin bedanya kalau di beberapa universitas itu tugas *marketing* ada di Humas sedangkan kami tugas

marketing dan mahasiswa baru itu ada bagian sendiri di Kasi Promosi. Kalau ke luar nyari mitra industri ada Direktorat Kemitraan dan Alumni. Jadi emang Humas di UGM fokusnya pada *media relations*, menjalankan amanah UUD KIP dan *complaint handling*, makanya kita buat SIAP

31. Sejauh ini sudah berjalan mbak?

Sudah berjalan dengan baik sejauh ini banyak masukan. Nah ini jadi cerminan bagi kami. Refleksi ternyata hal hal seperti ini masih terjadi di UGM.

32. Program atau kebijakan yang paling oke yang sudah dijalankan menurut mbak Wiwit?

SIAP sama pelan pelan mulai memperkuat *branding* dengan membuat *template* dari website yang dulunya bermacam macam bentuknya, padahal website itu pintu gerbang. Sekarang sudah saya standarisasi dan sudah jalan hampir semua fakultas sudah menyesuaikan. Ada konten tertentu yang wajib ada di semua website fakultas, walaupun konten bebas. Kemudian standarisasi *template powerpoint*, kartu nama terutama untuk keperluan presentasi ke luar. Itu program dari Humas kalau tidak Humas yang kerjain siapa lagi, itu kan salah satu cara memperkuat *branding* juga. Itu akan masuk ke *corporate identity* jadi akan ada satu bagian tertentu yang memuat untuk *template powerpoint* sama kartu nama seperti itu. Cita-cita ke depan Humas internal lebih ke *employee*. *Next goalnya* Humas belum tergarap baik, banyak banget kebijakan yang staf di bawah belum ngerti walalupun sudah disosialisasikan oleh kepala kantor namun karena banyaknya kantor dan unit yang sangat kompleks.



LAMPIRAN 7

Transkrip Wawancara

Bapak Anwar, Kepala kantor Humas Universitas Negeri Yogyakarta

1. Keunggulan Universitas Negeri Yogyakarta?

Ya secara konseptual keunggulan UNY adalah salah satu lembaga pendidikan tinggi yang awalnya adalah LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Keguruan). Kemudian diberi perluasan mandat menjadi universitas. Tentu dari sisi visi dan misinya tetap untuk menghasilkan lulusan ke arah keguruan tapi disamping itu juga ada pembelajaran yang bersifat keilmuan. Makanya di UNY ada program studi pendidikan tapi ada juga program studi ilmu murni. Harapannya nanti lulusannya bisa menjadi lulusan yang berkualitas sebagai tenaga pendidik namun juga memiliki kemampuan keahlian yang sifatnya murni. Ada yang pendidikan ada yang non pendidikan. Dari sisi lain fasilitas sudah memadai kemudian juga dari sisi hasil penelitian dosen dan mahasiswa sudah memadai terutama prestasi mahasiswa sudah diakui internasional.

2. Kelemahan Universitas Negeri Yogyakarta?

Dari sisi fisik. Kampus ini berada dalam lingkungan pertengahan kampung dan perkotaan, ada hal yang kurang nyaman dalam pembelajaran. Lalu lintas jadi kurang kondusif. Mahasiswa bawa kendaraan butuh penataan parkir yang bisa mengganggu pembelajaran.

3. Target sasaran Universitas Negeri Yogyakarta?

Terkait visi misi tahun 2025 menjadi universitas bertaraf internasional. Tapi yang menjadi *concern* pimpinan UNY adalah pembangunan karakter. Artinya UNY jadi salah satu perguruan tinggi yang memelopori pendidikan karakter

4. PR di Universitas Negeri Yogyakarta ada sejak?

Secara kelembagaan sudah sejak lama. Sejak UNY berdiri sudah dibentuk walalupun namanya bukan PR ada pihak tertentu yang menjadi PR terkait dengan memberi layanan informasi. Tapi secara kelembagaan berganti ganti namanya dulu namanya Humas dan Kerjasama, 2010 KHPP. Namun karena PR dianggap penting maka Humas dan Kerjasama Internasional dipisah. Mulai dari situ diberi wewenang dan ada di bawah rektor langsung

5. Posisi PR?

Selama ini langsung di bawah rektor. Secara statuta belum muncul, secara fungsional kami sudah menjalani. Humas bertanggung jawab ke rektor tapi pendanaannya mandiri

6. Latar belakang dibentuk PR?

Memberi informasi artinya menjadi gerbang informasi UNY. Fungsi informasi untuk warga internal dan eksternal. Membangun *image* UNY baik bagi *stakeholders* internal maupun eksternal. Biar UNY bisa makin dikenal masyarakat

7. Pentingnya Humas?

Belum tentu orang tahu apa yang kita lakukan. Ada hal yang perlu disampaikan kepada orang lain ketika itu demi kebaikan bersama. Jadi secara filosofis Humas itu punya dua tugas yaitu menyampaikan informasi yang bersifat kepentingan bersama. Bukan menjadi sombong tapi keberhasilan ini bisa menular ke unit unit yang lain. Sebagai sebuah kelembagaan punya jaringan dan organ yang banyak. Bagaimana menghubungkan organ yang banyak ini, Humas menjadi jembatan sehingga penting. Menghubungkan antara organ organ.

8. Defenisi PR

PR itu adalah bagaimana otoritas sebuah kelembagaan yang bisa menghimpun informasi, mengelola, mengolah dan memilah lalu menetapkan apa yang perlu disampaikan ke masyarakat kemudian apa yang perlu dijadikan sebagai introspeksi diri, jadi pengolah informasi keluar atau jadi bahan evaluasi. Jadi apapun itu hasilnya ketika itu evaluasi akan ada perbaikan. Ketika jadi konsumsi publik, publik bisa tahu apa yang ada di UNY baik kepentingan UNY dengan pihak lain dalam pendidikan dan perkembangannya. PR adalah bagaimana mengkomunikasikan kendala dipahami sehingga orang bisa paham pesan

9. Fungsi PR?

Secara kelembagaan mengarah kepada gerak universitas dikembalikan kepada mengembalikan informasi yang baik bagi masyarakat agar UNY semakin eksis. Masyarakat tahu apa yang terjadi di UNY, UNY sedang berkembang ke arah yang lebih baik

10. Peran PR

Tugas utama fungsi. Konsepnya peran kelembagaan Humas dalam rangka memosisikan UNY sebagai sebuah lembaga yang punya citra positif di mata masyarakat ataupun di lembaga vertikal

11. Aktivitas PR

Konsep PR dibagi tiga hubungan eksternal-hubungan internal, divisi promosi dan divisi protokoler. Hal yang bersifat rutin yakni bagaimana menjalin hubungan dengan media massa, bagaimana berhubungan dengan media, bagaimana berhubungan dengan lembaga lain dalam rangka kerjasama, bagaimana membangun komunikasi dengan orangtua atau lembaga sejenis. Aktivitas yang bersifat insidental ada yang rutin ada yang bersifat tetap. Promosi juga layanan ke sekolah, ke Pemda, perguruan

tinggi yang setingkat. Promosi dijalankan Humas secara penuh. Protokoler secara seremonial. Humas selalu diikuti dan dilibatkan setiap ada informasi penting diputuskan disitu mana yang sifatnya informasi publik sehingga Humas dapat memberikan sosialisasi. Saringan apa yang harus diberitahu. Humas selalu diberi kesempatan untuk menyampaikan saran terkait dengan kebijakan dan isu.

12. Seberapa besar peran dan wewenang PR?

Secara proporsional kami diberi kewenangan yang cukup luas untuk mengajukan, mengusulkan bahkan mengadakan kegiatan yang bertujuan membangun citra UNY. Diberi kesempatan untuk melakukan aktivitas seluas-luasnya. Kalau Humas dihilangkan akan menjadi tidak jalan. Apalagi dengan adanya UU KIP, Humas penting karena UNY sebagai lembaga harus menjalankan UU itu maka keberadaan Humas menjadi sangat strategis.

13. Program Humas yang sudah berhasil?

Buat jalinan dengan media massa, *press conference* kalau ada kegiatan di media, membuat diskusi media forum artinya kami menjalin kerjasama dengan redaktur dan wartawan rutin setahun dua kali. Ada media forum membangun kebersamaan di bidang pendidikan. Sifatnya layanan produksi leaflet brosur. Yang mau digagas membangun forum komunikasi Humas seDIY Jateng baik perguruan tinggi negeri ataupun perguruan tinggi swasta



LAMPIRAN 8

Transkrip Wawancara

Bu Wulan, Kepala Kantor Humas Universitas Atma Jaya Yogyakarta

1. Keunggulan Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

Keunggulan Atma Jaya Yogyakarta sangat banyak karena visi kita aja sudah unggul dan berintegritas, artinya kita berusaha untuk mewujudkan visi itu. Nama besar, kurikulum, kualitas SDM

2. Kelemahan Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

Kita merasa kita tidak punya kekurangan. Tidak bisa mendeskripsikan apa yang menjadi kelemahan

3. Target sasaran Atma?

Dulu kan Atma Jaya itu pendirinya kelompok pemuda terpelajar Tionghoa, akhirnya kecenderungannya menyasar pada yang beragama Kristen dan Katolik. Kalau sekarang terbuka menyasar siapa saja.

4. Humas dibentuk kapan?

Kalau sejarah saya kurang tahu cuma setahu saya sudah ada 3 nama sebelum saya

5. Mengapa butuh PR?

Kita institusi besar, kita butuh PR. Kita berhubungan dengan banyak *stakeholders*, kita juga membutuhkan *sustainability*, kepercayaan publik apalagi kita organisasi yang bergerak di bidang jasa. Kita butuh *trust* dan *understanding*

6. Posisi Humas?

Sangat pentingnya Humas masuk dalam jajaran rektorat di dalamnya ada rektor wakil rektor dan Humas di bawah.

7. Besarnya peran dan wewenang PR?

Humas di Atma Jaya punya kewenangan yang besar. Bisa memberikan masukan kepada rektor dan wakil rektor. Kalau orang yang bukan Humas mungkin tidak akan

didengarkan. Kepala kantor, kepala unit yang lain mengaminkan masukan dari Humas. Secara struktural kita di bawah mereka tapi secara fungsi kita masih di atas mereka

8. Pertanggungjawaban Humas?

Kepada rektor. Namun sebenarnya pada semua unit Humas bertanggungjawab

9. Pihak yang bantu PR?

Kepala unit. Kita membuat tim tergantung isunya apa

10. Pemahaman mengenai defenisi PR?

PR as management function. PR harus bisa merumuskan strategi biar Humas bisa memenuhi harapan banyak orang. PR bukan pemadam kebakaran. PR menjadi otaknya organisasi dengan koordinasi dengan unit-unit yang lain. PR juga merupakan *management support* oleh sebab itu PR membutuhkan *mutual understanding* dari semua pihak yang terkait. PR tidak bekerja cuma untuk Humas saja tapi untuk semua unit dalam sebuah organisasi

11. Fungsi PR?

Management support. PR mengimplementasikan program dengan melakukan dukungan terhadap manajemen dalam organisasi. Contohnya, Pak Rektor tadi mau buat sambutan untuk majalah minta saya cek dulu

12. Peran PR?

Menjembatani komunikasi internal dan eksternal. Agar tujuan dapat tercapai maka PR sangat dibutuhkan. Intinya peran PR adalah komunikasi. Ke semua *stakeholders* juga yang penting adalah komunikasi

13. Aktivitas PR

Yang sudah dijalankan itu *media relations, customer relations, community relations.* Karyawan diurusin SDM, hubungan pemerintah ditangani langsung oleh rektorat,

hubungan investor ditangani bagian keuangan. Bagi ketiga ini hanya *mensupport*, hanya mendukung penyelenggaraan acara, mengerjakan bagian yang bersifat teknis. Kalau berhubungan dengan pemerintah diurusin sekretaris protokol.

14. Program yang sudah berhasil dan mempunyai *impact* yang besar atau program yang masih *on going*?

Menghidupkan kembali majalah internal yang dulu sempat dibuat terus menghilang. Layanan prima, merumuskan bagaimana Atma Jaya diferensiasinya adalah pelayanan yang prima atau *service excellent*. Mengupayakan publikasi yang lebih aktif dibanding dulu. Website juga lebih aktif dan sudah bilingual. Cuma kalau website itu diatur oleh KSI tapi konten dari Humas. Sekarang semua unit sudah sadar kalau Atma Jaya punya Humas. Sekarang semua unit semakin mudah bekerja sama. Kalau ada apa apa di masing masing unit sekarang langsung hubungin ke Humas



LAMPIRAN 9

Transkrip Wawancara

Bapak Budi, Kepala Kantor Humas Universitas Sanata Dharma

1. Keunggulan dari Sanata Dharma

Saya sebagai kepala Humas melihat keunggulan Universitas Sanata Dharma adalah dari segi fasilitas dan tenaga pengajar dimana kita memiliki 100 orang doktor. Sebenarnya sih saya kira USD tidak begitu berbeda dengan universitas lainnya. Kemudian yang menjadi keunggulan lain adalah utamanya yang ingin kami bangun adalah pembentukan karakter mahasiswa. Jadi semboyan cerdas dan humanis adalah hal yang ingin diwujudkan. Kita punya *hidden* kurikulum. *Hidden* kurikulum ini bertujuan untuk menghasilkan *output* yaitu mahasiswa unggul sesuai dengan tujuan dan harapan. Lulusan USD juga berbeda dari lulusan universitas lain. Perbedaannya terletak pada pluralisme yang lebih kuat di USD, artinya mahasiswa sangat ditekankan mengenai pentingnya nilai-nilai sosial. Manusia dapat berkembang jika dia dapat bersosialisasi dalam sebuah komunitas tanpa membeda-bedakan latar belakang sosial budaya dan lain lain

2. Kelemahan USD

Kelemahan kita itu terkait dengan visi kebenaran yang unggul demi tercapainya manusia yang bermartabat. Secara umum teman teman kita di Timur masih kurang secara akademik. Banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut. Padahal salah satu ciri orang bermartabat adalah jika sisi akademisnya mencukupi. Orang yang berpendidikan atau orang yang pintar lebih bermartabat dibanding orang yang tidak berpendidikan. Sementara itu, kita susah menjangkau teman teman kita yang dari Timur padahal kita ingin merangkul mereka juga menjadi bagian dari USD. Kita harus mengejar yang di atas tapi terhalang dengan tarikan yang masih di bawah

3. Target sasaran USD?

Orang muda. Kita harus menjadi agen perubahan, dimulai dari mahasiswa disini yang pastinya berasal dari SMA. Kemudian merembet anak kuliah disini minta duit sama orangtua, orangtua menjadi *stakeholders*. Mahasiswa disini mengalami pergaulan positif atau negatif kemudian dia ceritakan ke teman atau tetangga itu juga menjadi *stakeholders*. Lulusan kerja di perusahaan mereka jadi *stakeholders*

4. Kalau PR di Universitas Sanata Dharma dibentuk sejak kapan?

Sekitar 15 tahun

5. Latar belakang alasan dibentuk PR?

Masalah *overload*. Jadi dulu urusan PR diurus Wakil Rektor III yang mengurus kemahasiswaan dan alumni, karena alumni banyak berhubungan dengan pihak di luar maka butuh PR. Universitas Sanata Dharma sebelumnya kan IKIP Kemudian mahasiswa yang semakin tahun semakin banyak. Lonjakan mahasiswa yang sangat drastis kita berfikir bahwa urusan seperti ini menjadi kasihan kalau Wakil Rektor 3 yang urus semua. Kemudian dibentuk Humas

6. Kenapa universitas butuh Humas?

Kalau di tempat lain kan butuh Humas untuk citra. Menangani komplain. Tapi yang saya rasakan kalau di USD hampir tidak ada komplain lebih bersifat informasi. Orangtua ingin tahu anaknya sekarang bagaimana, mudah dapat informasi melalui humas. Intinya kebutuhan informasi. Humas menjadi tempat rujukan. Intinya pada *sharing* informasi. Kalau di tempat lain bilangannya PR untuk pencitraan kalau menurut saya tidak perlu pencitraan. Bagi kami apa adanya yang disampaikan, orang lain yang menilai

7. PR dalam struktur organisasi?

PR berada dalam Biro Humas

8. Definisi Humas menurut bapak sebagai kepala Humas?

Secara konseptual PR adalah pihak yang tugasnya membuat citra perusahaan tetap positif. Kemudian caranya menjaga harus mengcounter masalah. Sepanjang tidak apa apa, kita bisa menyampaikan orang orang sekitar dan media kegiatan kita.

9. Berarti jadi promosi dong pak atau memberi informasi saja?

Lebih pada memberi informasi. Kemudian dianggap sebagai sarana promosi. Itu *soft promotion*, ada kalanya kita buat promosi misalnya penerimaan mahasiswa baru kita buat di koran dan radio. Cuma itu *temporary* saja. Kalau ada seminar kami bertugas menyampaikan kepada publik bahwa kemarin ada seminar hasilnya seperti ini. Kan publik perlu tahu bahwa kita berkembang ke arah yang lebih baik. Menjadi pancingan bagi orang berbuat baik

10. Fungsi PR menurut bapak?

Intinya membangun relasi dan menginformasikan hal yang sudah dilakukan di Universitas Sanata Dharma

11. Peran PR menurut bapak?

Perannya sebagai bagian dari organisasi yang mempunyai peran untuk membuat citra positif. Kami menyadari bahwa citra harus dibangun seluruh unit baik itu dosen, pegawai, mahasiswa harusnya semua. Tetapi unit yang mengkomando atau menjadi koordinator ya Humas

12. Aktivitas PR menurut bapak?

Cukup konvensional. Kalau ada yang layak didengar maaka kami undang wartawan kalau wartawan tidak bisa datang kita kirim rilis. Tapi kalau acaranya bagus tapi untuk kalangan sendiri ya cukup beritahu kalangan sendiri, mengatur pertemuan pihak luar dengan pimpinan, misalnya ada Bupati mana yang ingin ketemu rektor kami buat jadwalnya. Wartawan yang ingin ketemu dengan kita, kita yang atur atau ada

mahasiswa yang punya prestasi kalau tidak diwartakan jadi tidak tahu. Hubungan dengan media itu akan tetapi kalau sifatnya protokoler tidak. Sebenarnya aktivitas yang paling banyak dilakukan adalah promosi. Kami tidak menganggap PR sebagai sesuatu yang sangat besar, semua berjalan apa adanya.

13. Pertanggungjawaban Humas kepada siapa ya Pak?

Rektor

14. Humas boleh berhubungan dengan rektor langsung Pak?

Kami menunggu rektor. Kalau rektor mengundang kami ya kami datang. Kami biasanya bertugas untuk sosialisasi saja. Kecuali memang diminta humas memberi pertimbangan

15. Berapa besar peran dan wewenang PR di Universitas Sanata Dharma Pak?

Kalau dibilang ngaruh pasti ngaruh karena promosi tapi kalau dibilang sangat penting tidak misalnya menjadi hidup matinya organisasi ya tidak juga karena kami sangat yakin bahwa masing masing *person* adalah agen Humas. Tanpa kami mereka juga sudah bisa. Ya cuma ada beberapa hal yang mereka belum bisa lakukan kami yang *handle*

16. Pihak yang bantu Humas?

Hanya ada dua staf satu ngurusin administratif dan web, satunya lagi ngurusin promosi ke SMA. Makanya kami tidak menganggap Humas sebagai sesuatu yang besar. Yang bantu adalah mahasiswa yang semester akhir untuk bantu jadi wartawan kita kasih *training* bagaimana cara meliput sebuah kegiatan maupun kunjungan ke sekolah. *Front desk* juga adalah kerja sama dengan Biro Administrasi Akademik tanggung jawab ke Wakil Rektor I. Bagi saya konseptual tidak penting yang penting adalah kinerja saya. Lebih pada *personality* kalau dari *background* keilmuan jelas tidak ngaruh dan berhubungan



LAMPIRAN 10



UNIVERSITAS GADJAH MADA

Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Telp. (0274) 588688, 562011, Fax. (0274) 565223
Website : www.ugm.ac.id, E-mail : setr@ugm.ac.id

SURAT KETERANGAN No. 106/HMS/2014

Dengan ini kami menerangkan bahwa :

Nama : J.M. Rabowo M.T. Simbolon
Nomor Mahasiswa : 100904187
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relation-Media Studies
Universitas : Universitas Atmajaya Yogyakarta
Dosen Pembimbing : Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.

Yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian di Universitas Gadjah Mada mengenai "Konsep Public Relation Menurut Humas Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, dan Universitas Sanata Dharma" pada tanggal 1-30 Juni 2014.

Demikian surat ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Juli 2014
Kepala Bidang Humas


Wijayanti, SIP, M.Sc
NIP 19780508 200910 2001



Quality Management System



LAMPIRAN 11



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Alamat : Jl. Colombo Kampus Karangmalang, Gedung Rektorat Lt. 1
Kantor Humas, Promosi, dan Protokol Telp/Fax: (0274) 542185, 586168 ext.301
Website/Home Page : <http://www.uny.ac.id> ; E-mail : humas@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 58/UN.34.39/HM/2014

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Anwar Efendi, M.Si.
Jabatan : Kepala Kantor Humas Promosi dan Protokol
Alamat : Jl. Colombo No. 1 Karang malang, Yogyakarta, 55281

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : J.M.Rabowo M.T. Simbolon
NIM : 100904187
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Komunikasi
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Humas Promosi dan Protokol UNY selama 1 (satu) bulan, terhitung mulai tanggal 2 sampai dengan 30 Juni 2014 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Konsep Public Relations menurut Humas di Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Universitas Sanata Dharma."

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Yogyakarta, 15 Juli 2014

Kepala KHPP?

Dr. Anwar Efendi, M.Si.
NIP 19680715 199403 1 020



LAMPIRAN 12



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Rektor

Menuju **50** UAJY
EMAS

Kepada Yth.

Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Di tempat

Dengan hormat,

Bersama dengan surat ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : J. M. Rabowo M. T. Simbolon
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
NIM : 100904187

Yang bersangkutan telah benar-benar melakukan proses wawancara sebagai bagian dari penelitian tugas akhir (skripsi) dengan judul, "Konsep Public Relations Di Universitas Negeri dan Universitas Swasta (Studi Kasus Di Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Universitas Sanata Dharma)".

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebaik-baiknya. Atas kerjasama dan perhatiannya kami mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 2 Juli 2014



Kepala

Theresia D. Wulandari, S.Fil., MM
Sekretaris dan Protokol



LAMPIRAN 13



**UNIVERSITAS
SANATA DHARMA**
Y O G Y A K A R T A

SURAT KETERANGAN

Nomor: 002/STLPMB-HUMAS/VII/2014

Saya yang bertandatangan di bawah ini

N a m a : Budi Setyahandana, S.T., M.T.

Jabatan : Kepala Humas

Alamat : Universitas Sanata Dharma, Jl. Affandi, Mrican, Yogyakarta 55281

menyatakan bahwa

Nama : J.M. Rabowo M.T. Simbolon

Program Studi : Ilmu Komunikasi - Public Relation Universitas Atma Jaya Yogyakarta

telah melaksanakan penelitian skripsi dengan judul "Konsep Public Relation menurut Humas di Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Universitas Sanata Dharma" selama bulan Juni 2014.

Demikian surat keterangan ini saya buat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 21 Juli 2014

Budi Setyahandana
Budi Setyahandana, S.T., M.T.
Kepala Humas