



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 6987-6998

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Public Relations Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya Dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi

Nur Hasanah^{1✉}, Triowali Rosandy²

(1) Universitas Lampung, (2) IBI Darmajaya

Email: Nurhasanah.hasanah582@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis serta mendeskripsikan bagaimana Strategi dan Peran PR IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi. Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, dimana paradigma konstruktivis meyakini bahwa realitas majemuk bergantung pada definisi subjektif individu. Hasil Penelitian dari penelitian Pentingnya Public Relations di sebuah organisasi atau perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Hal ini dikarenakan hubungan masyarakat yang atau public relations bertanggung jawab membantu serta menjembatani mengenai membabgun tri dharma perguruan tinggi, mengatasi masalah dan krisis dengan memastikan bahwa masyarakat dilayani dengan baik oleh perguruan tinggi. PR menyarankan manajemen untuk menerapkan strategi dalam mengelola masalah yang memungkinkan perguruan tinggi untuk beradaptasi dengan situasi di lingkungan mereka. Salah satu upaya yang memberikan informasi rutin adalah memberikan informasi yang dapat diakses kapan saja media massa dan publik.

Kata Kunci: *Strategi Public Relations, Tri Dharma Perguruan Tinggi*

Abstract

The purpose of this research is to analyze and describe how the Strategy and Role of PR IBI Darmajaya in Building the Tri Dharma of Higher Education. This research method uses descriptive qualitative research with a constructivism paradigm, where the constructivist paradigm believes that multiple realities depend on individual subjective definitions. Research Results from research The importance of Public Relations in an organization or college, both public and private universities. This is because public relations are responsible for assisting and bridging the tri dharma of higher education, overcoming problems and crises by ensuring that the public is well served by higher education. PR advises management to implement strategies in managing problems that allow colleges to adapt to situations in their environment. One of the efforts that provide routine information is to provide information that can be accessed at any time by the mass media and the public.

Keywords: Public Relations Strategy, Tri Dharma Perguruan Tinggi

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan profesional dalam menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian. Untuk mencapai tujuan tersebut, secara yuridis-formil perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai pusat pengajaran karena proses belajar mengajar yang dilakukan di kelas tanpa ditopang dengan hasil penelitian (research) yang relevan akan mengalami kemunduran dan tidak berkembang.

Perguruan tinggi sebagai masyarakat ilmiah dituntut untuk berperan secara aktif positif dalam memecahkan permasalahan (problem solver) yang dihadapi masyarakat dengan menghasilkan ilmu yang siap pakai, dalam arti penemu masalah (problem finder). Dengan demikian ilmu yang diperoleh melalui penelitian dapat digunakan untuk menerangkan (to explain), meramalkan (to predict) atau peristiwa (event) di dalam kehidupan masyarakat, dunia usaha dan dunia industri.

Hubungan masyarakat adalah ujung tombak di perusahaan, karena keberhasilan hubungan masyarakat akan menentukan keberhasilan atau tidak adanya perusahaan. Salah satu tugas dari hubungan masyarakat adalah untuk menjembatani komunikasi antara pihak internal dan pihak eksternal. Hubungan Masyarakat menjadi alat komunikasi dalam menciptakan, mempertahankan, membaik, dan meningkatkan gambar, oleh karena itu hubungan masyarakat perlu menetapkan hubungan dengan masyarakat setempat, pelanggan, juga dengan jurnalis di berbagai media yang tujuannya adalah untuk memperkuat hubungan antara kedua pihak tersebut. yang dapat menciptakan kepercayaan

satu sama lain sehingga ada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Selain menciptakan citra positif, peran hubungan masyarakat juga terlibat dalam berbagai kegiatan seperti menyelesaikan berbagai masalah pada pihak internal dan eksternal, salah satunya adalah dalam mengelola masalah.

Jadi di sebuah perusahaan, terutama di Unit Hubungan Masyarakat harus selalu memonitor informasi atau berita di media yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan untuk mengantisipasi efek samping dari berita, itu juga disebut pemantauan media. Pemantauan media ditafsirkan sebagai perguruan tinggi atau memotong bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah, atau sumber lain yang kemudian dikompilasi dalam sistem tertentu di bidang (Ardianto 2002: 98). Oleh karena itu perguruan tinggi haruslah mampu menghasilkan lulusan (output) yang memiliki kepribadian tangguh, berkemampuan unggul, cerdas, kreatif sehingga mampu bersaing dengan bangsa-bangsa lain dalam menghadapi globalisasi. Oleh karena itu keberadaan perguruan tinggi mempunyai kedudukan dan fungsi penting dalam perkembangan suatu masyarakat. Proses perubahan sosial (social change) di masyarakat yang begitu cepat, menuntut agar kedudukan dan fungsi perguruan tinggi itu benar-benar terwujud dalam peran yang nyata. Peran perguruan tinggi Tertuang dalam pelaksanaan Tri Dharma PerguruanTinggi, yaitu: Dharma Pendidikan, Dharma Penelitian, dan Dharma Pengabdian Masyarakat.

Demikian juga pokok permasalahan dalam tulisan ini adalah: Bagaimanakah mewujudkan out put pendidikan tinggi yang berkualitas melalui StrategiPublic Relations IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi? Divisi Hubungan Masyarakat yang bertujuan untuk memelihara dan meningkatkan citra positif dengan membentuk strategi dalam mengelola masalah serta membangun hubungan baik dengan para pemangku kepentingan yang berada di lingkungan perusahaan. Semua divisi dalam struktur urusan umum dan publik relations telah melakukan tugas yang saling berhubungan yang membentuk tim yang berfungsi untuk mengelola masalah yang berkembang di depan umum. Tim bertanggung jawab untuk membantu perusahaan mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola masalah yang dapat mengganggu kegiatan Perusahaan. Oleh karena itu tim ini memiliki tugas sebagai manajer masalah sehingga memiliki otoritas dalam proses mengambil kebijakan publik.

Dalam hal ini, ada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait pada srtrategi public relations, serta dapat dijadikan sebagai acuan penggunaan teori. Sehingga tidak berkembang dari konteks penelitian, adapun penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:penelitian terdahulu yaitu sebagai

berikut STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI PERGURUAN TINGGI, (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo) ditulis oleh Viki Amalia, *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 04 No. 01 (2020) : 13-23. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami tentang strategi komunikasi humas dalam meningkatkan public trust terhadap Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur. Public trust sebagai akhir dari kegiatan komunikasi humas, sangat menarik untuk diteliti, mengingat public trust akan terbangun apabila perguruan tinggi memiliki strategi yang tepat guna dan jitu dalam melaksanakan kegiatan komunikasi humasnya. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan, dosen, dan karyawan. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui interview, observasi dan dokumentasi. Analisis datanya dilakukan secara sirkuler melalui tahapan data display, data reduction, penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas dalam meningkatkan public trust di Universitas Nurul Jadid dilakukan melalui; Persuasive communication, assertive communication, paradigmatic communication. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun dengan prinsip mutual relationship dan nilai-nilai islami akan mampu meminimalisir kesalahan komunikasi dan pemahaman antara lembaga dan masyarakatnya.

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS PUBLIC RELATIONS PT. LION MENTARI AIRLINES DALAM MERESPON KASUS KECELAKAAN PESAWAT LION AIR JT610, ditulis oleh Muhammad Thoyib Amali, *Jurnal Audience*, Vol 02 No. 02 Tahun 2019, Tujuan Penelitian yaitu untuk mengetahui Lion Air penerbangan JT610 yang beroperasi dari Jakarta ke Pangkal Pinang jatuh 13 menit setelah lepas landas pada 29 Oktober 2018 lalu menewaskan seluruh penumpang dan awak pesawat yang berjumlah 189 orang. Kecelakaan ini menyebabkan krisis yang menjadi perhatian publik terhadap maskapai penerbangan yang telah banyak dikeluhkan oleh pelanggan terkait manajemen pelayanan mereka. Metode Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif berdasarkan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dengan data yang dikumpulkan melalui dokumen berupa press release dan pemberitaan terkait kecelakaan tersebut, penelitian ini mencoba mengidentifikasi dan mendeskripsikan bagaimana Public Relations PT. Lion Mentari Airlines sebagai perusahaan yang mengoperasikan pesawat Lion Air menciptakan strategi untuk mengelola dan menangani krisis tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relations PT. Lion Mentari Airlines menggunakan gabungan strategi respon krisis primer antara strategi pengurangan (diminish) dan strategi

pembangunan kembali (rebuild). Selain itu mereka juga menggunakan strategi respon krisis sekunder berupa strategi memuji (ingratiation) dan strategi korban (victimage).

Dari pemaparan di atas, perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu ialah terletak pada tempat penelitiannya serta strategi komunikasi PR dalam menangani sebuah isu pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi PR IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, di mana paradigma konstruktivis melihat bahwa banyak kenyataan tergantung pada definisi subjektif individu. Konstruktivis mementingkan konteks yang unik dan makna dalam memahami kenyataan, sehingga mereka umumnya tidak memprioritaskan pertanyaan objektif dan konsekuensi logis adalah penjelasan dapat bervariasi. Setiap konstruksi responden dalam survei ditempatkan dalam konteks. (Neuman, 1997: 69-72).

Subjek penelitian, penelitian kualitatif tidak menggunakan persyaratan populasi tetapi disebut situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat, aktor dan kegiatan yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2005, P.49-50). Target penelitian ini adalah strategi public relations IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi. Analisis data, dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan dua jenis data, yaitu:

- a) Data primer, data diperoleh melalui informasi langsung individu yang ditetapkan sebagai informan melalui wawancara dan juga data yang diperoleh melalui observasi.
- b) Data sekunder, data diperoleh dengan mengutip dan mengumpulkan informasi dari sumber lain seperti surat kabar, dokumen, dan sebagainya dengan tujuan menyelesaikan data primer.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, dimana analisis dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu (Sugiyono, 2009 : 246). Peneliti juga melakukan triangulasi yang dilakukan ketika peneliti melakukan analisa dan interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung mengenai public relations ibi darmajaya dalam membangun tri Dharma perguruan tinggi,

penulis akan menjelaskan sebagai berikut. Di sini pentingnya PR di sebuah perusahaan karena hubungan masyarakat yang bertanggung jawab membantu mengatasi masalah dan krisis dengan memastikan bahwa masyarakat dilayani dengan baik oleh Perusahaan. PR menyarankan manajemen untuk menerapkan strategi komunikasi dalam mengelola masalah yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan situasi di lingkungan mereka. Salah satu upaya yang memberikan informasi rutin adalah memberikan informasi yang dapat diakses kapan saja media massa dan publik.

Sebagai perguruan tinggi swasta yang hidup dan berkembang di tengah publik, IBI Darmajaya selalu dihadapkan dengan berbagai masalah, baik kompleks maupun sederhana. Salah satu upaya public relations IBI Darmajaya dalam Membangun tri Dharma perguruan tinggi nya adalah dengan Membangun relasi dengan stakeholders baik di pemerintahan ataupun media sosial.

Strategi Public Relations IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori PENCILS, Public Relation Mix yang juga biasa disebut sebagai bauran Public Relation atau bisa disingkat menjadi PENCILS, adalah sebuah strategi PR dalam melaksanakan tugas, peran dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan didalam konsep ini memiliki komponen – komponen yang saling berhubungan dalam praktek kerja PR. Jika dijabarkan secara rinci menurut Ruslan dalam Ardianto (2009:71-73) memiliki komponen dari utama Public Relations PENCILS itu sendiri, adalah sebagai berikut :

1. *Publications and publicity* (Publikasi dan Publisitas)

Setiap fungsi dan tugas Public Relations adalah menyelenggarakan publikasi atau meyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan perusahaan atau organisasi, yang pantas untuk diketahui oleh publik. Selain itu, Public Relations juga menghasikan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat. Pada teori yang pertama ini sudah dikatakan oleh kepala Bagian humas, bapak lukman hakim., M. M bahwasannya dalam menyebarluaskan informasi IIB Darmajaya menyiarkan melalui media sosial baik melalui media digital ataupun elektronik sehingga dapat mengetahui tanggapan positif mengenai Tri Dharma Perguruan Tinggi di kalangan masyarakat.

2. *Event* (Penyusunan Program Acara)

PR juga merancang acara tertentu yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang secara khusus untuk mempengaruhi publik. Biasanya event tersebut ada beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut:

- a. Calender event, yang rutin (regular event) yang dilaksanakan pada bulan tertentu sepanjang tahun.
- b. Special Events, yaitu event yang bersifat khusus, dan yang dilaksanakan pada momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja PR.
- c. Moments Events, yaitu event atau acara yang bersifat momental, atau lebih khusus lagi.

Pada teori kedua ini sudah dikatakan oleh kepala Bagian pemasaran bapak Adi Sutrisno., S. Kom bahwasannya dalam mempengaruhi stakeholders dan masyarakat IIB Darmajaya membuat event seperti seminar, talkshow ataupun media gathering0.

3. *News* (menciptakan berita)

Upaya untuk menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin dan lain-lain yang biasanya mengacu pada teknis penulisan 5W+1H (Who, What, Where, When, Why, dan How). Sistematika penulisannya adalah "piramida terbalik". Yang paling penting diletakan ditengah batang berita. Pada teori ketiga sudah dikatakan oleh Mantan Kepala Bagian humas, Ibu Lilla Rahmawati., M. Si bahwasannya IIB Darmajaya bekerjasama dengan media massa dalam menciptakan atau membuat berita mengenai kegiatan positif kampus IIB Darmajaya.

4. *Community Involvement* (kepedulian pada komunitas)

Tugas sehari-hari seorang Public Relation Officer (PRO) adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu, serta menjaga hubungan baik (community relations dan humanity relations) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Pada teori ini sudah dikatakan oleh Staf Bagian Pemasaran Ibu Ocha Ade Rahma, M. M bahwasannya dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan IB Darmajaya memberikan beasiswa 75% untuk pers di lampung.

5. *Inform or Image* (memberitahukan atau meraih citra)

Ada dua fungsi utama dari Public Relation, yakni memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Proses dari "nothing" menjadi "something". Dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu menjadi suka, dan kemudian diharapkan timbul sesuatu (something) yaitu berupa citra. Pada teori sudah dikatakan oleh kepala Bagian humas, bapak lukman hakim., M. M bahwasannya dalam menarik perhatian publik IIB Darmajaya menyiarkan melalui media sosial baik melalui media digital ataupun elektronik sehingga stakeholders dan publik mengetahui keunggulan apa saja yang ada di perguruan tinggi IIB Darmajaya.

6. *Lobbying and Negotiating* (pendekatan dan bernegosiasi)

Keterampilan untuk melobi secara personal, dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PRO (Public Relation Officer), agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatu lembaga memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh, sehingga timbul situasi saling menguntungkan (win-win solution). Pada teori ini sudah dikatakan oleh kepala Bagian humas, bapak lukman hakim., M. M bahwasannya IIB Darmajaya menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi negeri yang ada di lampung mengenai Tri Dharma Perguruan Tinggi.

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

Aspek tanggung jawab sosial dalam dunia public relation sangat penting. PR tidak hanya memikirkan keuntungan bagi lembaga atau organisasi serta tokoh yang diwakilinya, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat. Hal ini penting, supaya ia memperoleh simpati atau empati dari khalayaknya. Inilah yang di dalam teori public relations disebut sebagai Social Marketing. Pada teori ini sudah dikatakan oleh kepala Bagian humas, bapak lukman hakim., M. M bahwasannya IB Darmajaya memberikan beberapa beasiswa bagi siswa beprestasi dan kurang mampu. Di dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti apakah strategi Public Relations PENCILS ini dijalankan oleh IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi guna mencapai hasil yang diharapkan.

Peran Public Relation IBI Darmajaya dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi

Peran *public relations* terdapat 4 (empat) tahap penting dalam pelaksanaannya dan ini juga menjadi rujukan peneliti dalam menemukan hasil di penelitian ini, empat peran *public relations* itu adalah Penasehat ahli, Fasilitator pemecahan masalah, Fasilitator komunikasi, dan Teknik komunikasi secara jelas pembahasannya adalah:

1. Penasehat Ahli

Peran *public relations* yang pertama yaitu penasehat ahli dimana tugas yang dilakukan oleh public relations adalah sebagai penasehat kepada anggota didalam organisasi, hubungan antara pegawai menjadi baik juga salah satunya ada tugas dari *Public relations* sebagai penasehat ahli dimana sudah dikatakan oleh kepala Bidang Humas IBI Darmajaya Bapak Lukman Hakim., M.M menjelaskan bahwa sebagai penasehat kepada pegawai juga sudah dilakukan ketua humas sendiri, nasihat berupa pekerjaan atau kendala yang terjadi saat berlangsungnya pekerjaan nasihat berupa solusi juga bisa dilakukan oleh tim humas, selanjutnya kepala bidang pemasaran Bapak Adi Sutrisno, S. Kom meneruskan pendapatnya dari ketua humas yaitu,

penasehat ahli dilakukan dibagian *public relations* lembaga yang bekerjasama dengan kepala bidang pemasaran menjalankan peran *Public relations* sebagai penasehat ahli, Dari jawaban informan 1 (satu) dan juga 4 (empat) dapat dipersingkat bahwa yang dilakukan oleh *public relations* sebagai penasehat ahli tidak hanya sekedar menasehati saja akan tetapi membantu mencari solusi nya.

2. Fasilitator Komunikasi

Peran kedua dari *public relations* adalah menjembatani bagian manajemen kepada publiknya baik internal ataupun eksternal di kampus IIB Darmajaya dijelaskan oleh Ibu Lilla Rahmawati., M.Si bahwa peran humas sebagai fasilitator komunikasi melakukan beberapa hal seperti menjadi penengah bila terjadi kesalahpahaman persepsi untuk di komunikasikan kepada yang terkait. Pada informan kedua Ibu Rahmalia Syahputri., M.Eng., Sc menjelaskan bahwasannya peran humas sebagai fasilitator komunikasi adalah pengumpulan informasi yang nantinya akan diterima untuk di bahas bersama pimpinan dan akan di evaluasi saat rapat koordinasi yang dilakukan setiap sebulan sekali sehingga setiap masalah dan ataupun laporan bisa dapat solusinya untuk diselesaikan. Di informan ketiga bapak triowali rosandy ., M. TI dalam menjalankan tugasnya sebagai fasilitator komunikasi dengan membantu ketua Humas dalam proses persiapan evaluasi seperti berdiskusi dan mencari solusi yang sesuai dengan masalah yang ada.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan dari ketiga informan sebelumnya dalam menjalankan tugas *public relations* sebagai fasilitator komunikasi sudah berjalan baik sehingga dari sini seluruh pegawai internal organisasi saling paham apa yang harus dilakukan Ketika terjadi kesalahan dalam pelaksanaan tugas dengan koordinasi ke bagian humas, akan tetapi tetap pada jalan yang tidak selalu berhasil karena terjadi juga kendala yang membuat komunikasi tidak berjalan baik seperti, masalah waktu atau kendala dalam diri orang tersebut.

3. Fasilitator Pemecahan Masalah

Fasilitator pemecahan masalah adalah peran *public relations* yang ketiga dimana dalam hal ini humas berperan dalam pemecahan permasalahan atau perselisihan antara karyawan dalam sebuah organisasi baik internal atau eksternal. Dimana dijelaskan oleh ketua humas selaku informan satu bapak Lukmam Hakim., M. M peran humas dalam pemecahan masalah adalah satu hal yang sudah dilakukan di IIB Darmajaya, seperti mediasi yang sebelumnya dilakukan pemanggilan kepada yang bersangkutan sehingga mempertemukan kedua belah pihak yang kedapati masalah.

Pada informan kedua bapak Adi Sutrisno., S. Kom menjelaskan bahwa Ketika internal organisasi terdapat konflik yang berhubungan dengan sesama pegawai peran humas terutama dari ketua humas nya menjadi penengah atau seseorang yang netral di antara kedua belah pihak sehingga bersikap adil dan tidak memihak, dipertegas oleh informan ketiga Bapak Triowali Rosandy., M. TI dimana beliau menjelaskan hal yang dilakukan dari humas sebelum pemanggilan kepada orang bersangkutan, tetap terlebih dahulu melakukan diskusi oleh tim humas dan juga pimpinan tindakan apa yang akan dilakukan, dan hal pertama yang biasa dilakukan adalah pemanggilan orang tersebut setelah didiskusikan dari informasi yang didapat.

Dari hasil temuan diatas maka singkatnya dari ketiga informan semua berpendapat sama dimana peran human tetap berjalan sebagai pemecah masalah dilihat dari beberapa point dimana ditegaskan pimpinan bekerjasama bersama humas dalam proses nya sehingga tetap pada pengawasan dan arahan dari pimpinan, dilihat dari penjelasannya juga ada beberapa tahap yang dilakukan oleh bagian humas dalam proses pemecahan masalah yaitu diskusi awal, pemanggilan kepada yang bersangkutan, mediasi lalu di carikan solusinya, jika tidak bisa diselesaikan maka mendapat surat peringatan dan jalan terakhir adalah pemecatan.

4. Teknisi Komunikasi

Dari hasil yang didapat peneliti memang berbeda dari tiga peran humas sebelumnya dimana dalam teknisi humas ini perannya adalah sebagai penulis, desain grafis pengeditan dan pengelolaan web. Dari penjelasan ketua humas Bapak Lukman Hakim , M.Si sebelumnya adalah dimana salah satu peran yang dilakukan di teknisi ini adalah melakukan Kerjasama dengan media cetak di daerah setempat, selain itu juga pengelolaan web kampus dan media sosial untuk pemberitaan di aktifitas akademik kampus. Penjelasan berikutnya diperkuat oleh informan kedua bapak Adi Sutrisno S. Kom., dimana pengendalian teknis ini informan kedua terfokus pada desain grafis, pemberitaan dan penerimaan mahasiswa baru, berbeda lagi dengan informan ketiga dimdimalbu Lillah Rahmawati dari hasil wawancara yang dilakukan beliau terfokus pada pengelolaan web dan juga penerimaan mahasiswa baru yang juga tetap bekerja sama dengan staff humas lainnya.

Dari penjelasan dan hasil yang ditemukan bahwasannya dalam teknisi komunikasi sebagai humas ada pembagian tugas khusus terfokus bada bidang keahliannya masing-masing dimana bagian umum dilakukan oleh ketua humas sendiri dan yang lainnya seperti pengelolaan web, desain grafis, pemberitaan dan penerimaan

mahasiswa baru yang bekerjasama dengan ketua bidang pemasaran dilakukan oleh informan kedua dan juga ketiga, sehingga jika dihubungkan dengan internal kampus dapat disimpulkan bahwa dengan adanya akses web dan pemberitaan lainnya mempermudah publik internal khususnya para pegawai yang bekerja dalam mendapatkan informasi terkini yang berhubungan dengan kampus.

SIMPULAN

Pentingnya Public Relations di sebuah organisasi atau perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Hal ini dikarenakan hubungan masyarakat yang atau public relations bertanggung jawab membantu serta menjembatani mengenai membabgun tri dharma perguruan tinggi, mengatasi masalah dan krisis dengan memastikan bahwa masyarakat dilayani dengan baik oleh perguruan tinggi. PR menyarankan manajemen untuk menerapkan strategi dalam mengelola masalah yang memungkinkan perguruan tinggi untuk beradaptasi dengan situasi di lingkungan mereka. Salah satu upaya yang memberikan informasi rutin adalah memberikan informasi yang dapat diakses kapan saja media massa dan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M., Allen H. Center & Glen M. Broom. 2000. "Effective Public Relations (8th edition)." USA: Prentice-Hall, Inc.
- Ewing, Ray P. 1997. "Issues Management: "Managing Trends through the Issues Life Cycle", in Caywood, C. L. (ed.). The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications. New York: McGraw-Hill.
- Grunig, James E & Todd Hunt. 1984. "Managing Public Relations." Florida: Holt, Rinehart, and Winston, Inc.
- Iriantara, Yosol. 2005. "Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik". Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- James E. Grunig (ed.). 1992. "Excellence in Public Relations and communication Management." Hillsdale, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Prayudi, 2008, "Manajemen Isu Pendekatan Public Relations." Yogyakarta: Pustaka Adipura
- Regester, Michael & Judy Larkin. 2000. "Risk Issues and Crisis Management." New Delhi: Crest Publishing House.

Regester, Micahel & Judy Larkin. 2002. "Risk Issues and Crisis Management." A Casebook of Best Practice. Edisi Kedua. Great Britain: Clays Ltd, St Ives plc.