

Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang

Yanuar Luqman

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP

Email : yanuar.l@gmail.com

Abstract :

The goal of research to find out the role and position in public relations in management education institution (university) in achieving its objectives. After identification of roles and positions performance, the study aims to evaluate the performance of public relations as part of management. The basic concept as the foundation is the concept of the role of Public Relations degree : expert preciber, problem solving facilitator, communications facilitator and communication technician.

This study used a qualitative descriptive research method with the study subjects were Diponegoro University and Public Relations Semarang Public Relations and internal stakeholders. The results of this study indicate Role of Public Relations at State University of Communication tends to act as a technician and only a small role as Communications facilitator. The position of Public Relations at State University is a marginal position as evidenced by many levels of bureaucracy that must be passed in implementing Public Relations function. Performance-related Public Relation role and position in this study assessed the positive and in line with the work portion.

Keywords: *role, position, public relations, state university*

Abstraksi :

Tujuan penelitian untuk mengetahui peran dan posisi hubungan masyarakat (humas) dalam manajemen di institusi pendidikan dalam hal ini universitas dalam mencapai tujuan. Setelah melakukan identifikasi peran dan posisi humas dalm perusahaan, dengan penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja humas sebagai bagian dari manajemen. Konsep dasar sebagai pijakan adalah konsep tentang tingkatan peran humas : expert preciber, problem solving facilitator, communications facilitator dan communication technician

Penelitian ini menggunakan metoda penelitian deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian adalah humas Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang beserta stakeholder internal. Hasil penelitian ini menunjukkan peran humas di universitas negeri cenderung bertindak sebagai communication technician dan hanya sedikit berperan sebagai communication facilitator. Posisi humas di universitas negeri berada posisi yang marginal terbukti dengan masih banyak jenjang birokrasi yang harus dilalui dalam melaksanakan fungsinya. Kinerja humas berkaitan dengan peran dan posisinya pada penelitian ini dinilai positif dan sesuai dengan porsi kerja.

Kata Kunci: *peran, posisi, hubungan masyarakat, universitas negeri*

Pendahuluan

Fungsi komunikasi yang dilakukan perguruan tinggi tidak mempunyai perbedaan yang dengan lembaga yang lain baik lembaga pemerintah maupun swasta, yang membedakan fungsi komunikasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut adalah publik yang menjadi komponen komunikasi. Publik kemudian diperluas pemahamannya menjadi stakeholder yang merupakan individu maupun kelompok yang berada di dalam maupun diluar lembaga perguruan tinggi yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Perguruan tinggi menarik untuk diteliti dari sisi komunikasi yang dilakukan oleh hubungan masyarakat (selanjutnya disingkat humas) karena terdapat tantangan yang spesifik. Menurut Cutlip & Center perguruan tinggi menghadapi empat problem dalam komunikasi yaitu :

- Dukungan dana yang tidak memadai untuk menjalankan peran sebagai institusi publik dalam masyarakat luas.
- Kompetisi untuk mendapatkan mahasiswa yang berkualitas perlu semangat dan mahal.
- Kendala dan peraturan membuat administrasi perguruan tinggi sulit dan memerlukan biaya.
- Kebebasan akademik dan kepemilikan adalah tantangan untuk stakeholder internal maupun eksternal.

(2000: 542)

Masalah akuntabilitas adalah masalah yang harus dijaga oleh perguruan tinggi. Salah satu indikator dari akuntabilitakks adalah komunikasi yang berjalan baik. Selain itu perguruan tinggi mempunyai peran yang cukup signifikan dalam pembangunan pendidikan masyarakat. Bukan hanya sebagai penyelenggara pendidikan namun, perguruan tinggi diharapkan memberikan sumbangan akademis maupun praktis dalam pembangunan. Akuntabilitas menjadi masalah yang lebih krusial di perguruan tinggi negeri karena biaya pendidikan yang dipakai untuk penyelenggaraan salah satunya didapatkan dari pajak yang dibayarkan oleh rakyat. Bentuk pertanggungjawaban sosial perguruan tinggi negeri menjadi lebih berat selain berkaitan dengan keuangan juga berkaitan dengan output yang dihasilkan yaitu lulusan.

Mahasiswa yang nantinya akan menjadi alumni dalam jajaran stakeholder perguruan tinggi adalah publik yang paling penting. Opini mahasiswa merupakan faktor yang kuat dalam menentukan persepsi publik atas perguruan tinggi tersebut. Sebuah perguruan tinggi harus mengembangkan antusiasme dan

tanggung jawab mahasiswa untuk menjadi duta yang baik. Sebagai publik internal para pengajar dan staf mempunyai peranan yang penting dalam pendidikan dan tata kelolanya, dan berperan sebagai representasi dari perguruan tinggi ke publik eksternal.

Kontribusi alumni dalam proses komunikasi perguruan tinggi adalah sebagai sumber dukungan yang sifatnya suka rela (*voluntary*) sedangkan kelompok komunitas dan para pemimpin bisnis merupakan pihak yang akan menggunakan lulusan untuk kepentingannya. Sering terjadi perbedaan kepentingan yang menyebabkan adanya jarak antara output perguruan tinggi dengan kepentingan kelompok masyarakat dan industri yang ini harus dijumpatani dengan komunikasi yang intens.

Hubungan dengan pemerintah berkaitan dengan fungsi pemerintah sebagai pembuat kebijakan harus dikelola dengan baik karena perguruan tinggi harus tunduk pada aturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Aturan dan kebijakan tentunya harus sesuai juga dengan kepentingan perguruan tinggi, sehingga perlu komunikasi yang baik untuk menjaga kepentingan bersama. Membangun relasi yang bagus dengan media merupakan modal yang harus didapatkan oleh perguruan tinggi, sebab relasi ini merupakan investasi komunikasi. Sentralisasi dan koordinasi hubungan dengan media di perguruan tinggi sangat sulit dilakukan karena kultur kebebasan akademik sangat kental di perguruan tinggi. Dengan menjadikan humas sebagai saluran utama komunikasi adalah tantangan yang besar karena berkaitan dengan persepsi media atas pekerjaan humas. Orang tua mahasiswa dan calon mahasiswa juga merupakan pihak yang penting untuk dikelola komunikasinya untuk kepentingan perguruan tinggi.

Aspek lain yang menarik adalah kemandirian humas sebagai alat manajemen, status dan posisi menentukan kinerja humas sebagai alat komunikasi. Posisi humas dalam suatu perusahaan dapat menjadi alat identifikasi tujuan kerja dan dapat juga mencerminkan kebijakan komunikasi yang digariskan oleh manajemen. Hubungan Masyarakat tidak harus selalu ditempatkan dalam lembaga tersendiri atau eksklusif, namun dalam hal ini kemandirian dan keluasaan akses menjadi hal yang penting dalam menjalankan tugas komunikasi.

Fungsi komunikasi dalam perusahaan atau organisasi diperlukan untuk menyalurkan informasi kepada khalayak. Dalam berkomunikasi dengan khalayak perusahaan atau organisasi memerlukan media penyaluran, media tersebut adalah Public Relations

(humas). Humas dalam hal ini dipahami dalam konteks fungsi bukan dalam konteks sebuah bagian, departemen atau divisi. Dalam konteks fungsi dalam organisasi, humas berdasar penelitian yang pernah dilakukan diberi label beragam antara lain : *corporate communication, communication, public affair, advertising/public relations corporate relations* dan *public information* (Seitel, 2001: 186).

Pada praktik manajemen, kedudukan humas ditempatkan pada posisi yang beragam. Keberagaman tersebut secara umum dapat diidentifikasi antara lain : humas sebagai bagian tersendiri, masuk dalam departemen atau bagian tertentu misalnya masuk dalam departemen atau bagian marketing, promosi, Sumber Daya Manusia (SDM) bahkan di lembaga pemerintahan humas ditempatkan bersama dengan urusan hukum. Status dan struktur humas dalam manajemen pada perusahaan modern menjadi anggota tim pembuat kebijakan yang menjalankan roda perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa humas pada posisi minor dalam hal otoritas. (Sengupta, 2001: 13)

Penempatan humas pada posisi tertentu dalam manajemen mempunyai konsekuensi-konsekuensi dalam proses pelaksanaan fungsi humas itu sendiri. Hal itu terjadi karena dalam manajemen, alur kerja dan hierarki sangat mempengaruhi pola kerja sekaligus pola pengambilan keputusan (*decision making*) dalam menjalankan tugas komunikasi yang diemban oleh humas. Harus disadari bahwa fungsi humas dalam menjalankan tugas komunikasi adalah fungsi yang strategis. Humas dalam hal ini idealnya berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dan publiknya, bukan bertindak hanya seperti kepanjangan tangan manajemen atau bahkan hanya sebagai *spoke person* dari pimpinan atau lebih parah lagi hanya berfungsi sebagai *event organizer* kegiatan-kegiatan manajemen.

Lembaga humas di Perguruan Tinggi khususnya Universitas Negeri jika dilihat dari dokumen Organisasi dan Tata Kerja merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT). Unit Pelaksana Teknis merupakan unsur penunjang yang diperlukan yang diperlukan untuk penyelenggaraan pendidikan di lingkungan universitas. Unit Pelaksana Teknis dipimpin oleh seorang kepala yang diangkat oleh dan bertanggung jawab kepada Rektor.

Dalam kaitan pekerjaan yang dilakukan oleh humas, program kerja adalah salah satu *point* penting dimana dapat diketahui sejauhmana otonomi kerja humas dalam suatu lembaga. Otonomi kerja humas dalam hal ini tidak diartikan humas menjadi lembaga

yang terpisah dari manajemen. Humas harus sangat fleksibel dalam posisinya sehingga dapat merespon berbagai peristiwa dengan sangat cepat tentunya harus dengan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Integrasi dengan pihak internal maupun eksternal dapat menjadikan humas sebagai lembaga yang vital dalam suatu perusahaan.

Peran humas dalam suatu lembaga pendidikan tinggi sangat penting bagaimana manajemen memposisikan humas sebagai alat manajemen sangat menentukan output yang dihasilkan oleh humas. Program kerja merupakan rambu-rambu humas dan manajemen untuk melakukan tugas. Posisi dan peran humas juga dapat diidentifikasi dengan implementasi program kerja, apakah humas mempunyai program kerja yang terintegrasi dengan kebijakan manajemen atau hanya sekedar menjadi alat pelengkap program kerja perusahaan secara keseluruhan. Sejauhmana keleluasaan atau otonomi kerja yang berkaitan dengan struktur dan kerja juga dapat mempengaruhi kinerja humas sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan publiknya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran dan posisi humas dalam manajemen ?
2. Bagaimanakah kinerja humas berkaitan dengan peran dan posisi yang diberikan oleh manajemen universitas?

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran dan posisi humas dalam manajemen di institusi pendidikan dalam hal ini universitas dalam mencapai tujuan. Setelah melakukan identifikasi peran dan posisi humas dalam perusahaan, dengan penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja humas sebagai bagian dari manajemen.

Pada bagian tinjauan pustaka dimulai dengan hasil penelitian terdahulu beberapa konsep dalam konteks humas dalam manajemen. Konsep tersebut merupakan konsep ideal yang dipakai sebagai dasar untuk melakukan evaluasi atas peran dan posisi berkait dengan kinerja humas dalam manajemen.

Penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh Wahyuni Pudjiastuti dan Henny Widyaningsih mengenai Pemetaan humas Pemerintah di Indonesia tahun 2007 menyatakan bahwa pengertian humas adalah :

1. Bidang spesialisasi komunikasi yang berfungsi menciptakan hubungan yang sehat dan harmonis antara lembaga dengan publiknya melalui komunikasi timbal balik dengan tujuan menciptakan saling pengertian dan dukungan tercapainya tujuan, kebijakan dan langkah serta tindakan

2. Jembatan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat
3. Proses komunikasi terencana yang menjembatani lembaga dengan publiknya, internal dan eksternal yang berkesinambungan
4. humas harus mampu menjadi mata, telinga dan tangan lembaga
5. Jembatan antara lembaga dengan segenap publik baik internal maupun eksternal
6. Staf yang diberi kewenangan untuk menyebarluaskan informasi
7. Unit kerja yang mengurus hubungan kelembagaan, hubungan dengan stakeholders, mendapatkan/menyebarkan informasi, pencitraan lembaga (Pudjiastuti dan Widyaningsih, 2007 : 78)

Dalam laporan tersebut juga disimpulkan bahwa peran humas dalam perguruan tinggi sebagai berikut:

1. Membina hubungan dan ke dalam, ke luar dan mempromosikan, mempublikasikan kegiatan lembaga sebagai nilai positif.
2. Menjadi mediator antara organisasi dengan publiknya
3. Sebagai komunikator, konseptor, *mediator*, *problem solver* yang tergantung lembaga masing-masing
4. Harus jeli melihat, mendengar hal-hal yang berkaitan dengan *image* institusi dan mampu menyampaikan berbagai informasi
5. Sebagai mediator, juru bicara atau wakil institusi dalam menyampaikan informasi ke publik
6. Sebagai mediator, komunikator, narasumber dari lembaga, sebagai pencitraan untuk menciptakan citra yang baik
7. Secara umum adalah pencitraan instansi (Pudjiastuti dan Widyaningsih, 2007 : 83)

Dalam penelitian ini humas dipahami sebagai fungsi manajemen yang mana mengevaluasi perilaku publik, identifikasi kebijakan dan prosedur individu atau sebuah organisasi dengan kepentingan publik dan merencanakan dan melakukan program untuk meraih pengertian dan diterima oleh publik (Seitel, 2001:10). Terdapat dua perpektif teori dominan yang dapat digunakan untuk menelaah persoalan humas. Yang pertama adalah perpektif teori komunikasi dan yang kedua adalah teori manajemen. Dalam penelitian ini menekankan pada teori manajemen yang berfokus pada manajemen komunikasi dan hubungan antara organisasi dan para *stakeholder* dalam lingkup lingkungan kerjanya. Fokus lain yang menjadi

penekanan adalah konteks organisasi dimana terdapat *role*, lokasi, struktur dan pengembangan profesional atas fungsi komunikasi (Cornelissen, 2004:18).

Sebagai sistem dalam manajemen, humas dengan konsep *boundary role* yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt menekankan bahwa humas harus melakukan fungsinya sebagai berikut.

1. Humas harus menguasai hubungan organisasi ke lingkungannya
2. Humas harus dapat bekerja dengan batasan organisasi untuk membangun solusi inovatif atas problem organisasi
3. Humas harus berfikir strategis, harus bisa menunjukkan pengetahuan atas misi, tujuan dan strategi organisasi
4. Humas harus dapat mengukur keberhasilan suatu program komunikasi.

(Seitel, 2001:177).

Praktisi atau lembaga humas memberikan nasihat dan konsultasi dalam organisasi dalam hal komunikasi yang mempengaruhi reputasi. Yang bisa dilakukan adalah berfungsi sebagai *early warning system* untuk memecahkan isu yang relevan secara sukses. Pada sisi dukungan teknis, menekankan pada pekerjaan publisitas, promosi, dan media relations. Fungsi *gatekeeper* dengan pers, legislator, dan pejabat pemerintah (Straubhaar, LaRose, 2006 : 308)

Dalam manajemen fungsi humas harus ditempatkan pada posisi sentral sehingga dapat berperan penuh dalam mendukung manajemen. Perlu kiranya untuk mengetahui elemen dasar humas dalam manajemen adalah :

1. Menjadi sebuah filosofi manajemen sebuah bisnis atau organisasi
2. Sebuah ekspresi filosofi dalam kebijakan dan tindakan
3. Merupakan sebuah fungsi sebuah organisasi
4. Merujuk pada makna komunikasi dengan publik (Sengupta, 2001: 10)

Humas dalam persepsi manajemen berperan sebagai "*a window out of the corporation through which manajemen can monitor external change, and simultaneously, a window through which society can affect corporate policy*". Sukses humas dapat diukur dari kemampuan untuk mengubah situasi negatif ke positif. Dari perilaku *enmity* ke *liking*, *prejudice* ke *acceptance*, *lack of concern* ke *interest* dan dari *lack of knowledge* ke *knowledge* (Sengupta, 2001: 12).

Setidaknya ada empat pekerjaan humas dalam sebuah organisasi

1. Mengokohkan dan memelihara *image* yang benar sebuah organisasi, persona, produk atau jasa
2. Memonitor opini public dan menyampaikan hasil monitor kepada manajemen
3. Memberikan *advice management* dalam problem komunikasi dan teknis
4. Menginformasikan pada publik tentang kebijakan, aktivitas, personality, produk atau jasa.

(Sengupta, 2001: 13)

Peran dominan humas dalam manajemen teridentifikasi menjadi empat tingkatan:

1. *Expert prescriber*
2. *Problem solving facilitator*
3. *Communication facilitator*
4. *Communication technician*

(Cutlip, Center, Broom 2000:37-47)

Pada prakteknya humas acapkali dikaitkan dengan pekerjaan marketing. Antara marketing dan humas terdapat perbedaan yang mendasar. Pekerjaan marketing meliputi market *assesment*, *customer segmentation*, *product development*, *pricing*, distribusi, *servicing*, *salesforce*, *sales promotion* dan *product advertising*. Sedangkan humas bekerja pada tataran publikasi, penyelenggaraan *event*, manajemen isu, *community relations*, *identity/corporate imagery*, *media handling*, *lobbying/public affair* dan *social investment/CSR*. *Overlap* antara marketing dan humas yang dikenal dengan konsep *marketing public relations* bekerja pada ranah *image assesment*, *customer satisfaction*, *corporate reputation*, *media strategy*, *corporate advertising* dan *employee attitudes* (Cornelissen, 2004:40)

Terdapat 15 area keahlian humas yang harus dimiliki dalam menjalankan tugas komunikasi dalam manajemen. Area tersebut merupakan studi *The Excellence in Public Relations Management* yang dilakukan oleh IABC:

1. Pengetahuan atas manajemen strategis dan operasional
 - a. Membangun strategi-strategi untuk memecahkan masalah
 - b. Mengelola respon atas isu
 - c. Membangun tujuan departemen
 - d. Mempersiapkan anggaran
 - e. Mengelola personel
2. Pengetahuan riset
 - a. Melaksanakan identifikasi lingkungan
 - b. Menentukan reaksi publik atas organisasi
 - c. Menggunakan riset untuk publik tertentu

- d. Melakukan riset evaluasi
3. Pengetahuan negosiasi
 - a. Bernegosiasi dengan aktifis publik
 - b. Membantu manajemen memahami opini publik
 - c. Menggunakan teori resolusi konflik dengan publik
 4. Pengetahuan persuasi
 - a. Mempersuasi publik bahwa organisasi yang diwakili adalah benar
 - b. Menggunakan teori sikap dalam kampanye
 - c. Meminta publik untuk berperilaku seperti yang organisasi inginkan
- (Wilcox & Cameron, 2006: 101)

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Konsep dasar penelitian kualitatif yang didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor (1975) adalah sebagai prosedur penelitian yang dihasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Lebih lanjut penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller (1986) adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. (Moleong, 2002:3)

Penelitian kualitatif pada tataran organisasi dalam hal ini dapat melengkapi penelitian dengan informasi untuk memperkirakan dan merancang strategi yang berhubungan dengan organisasi yang sulit di tembus. Metode interpretasi dapat digunakan untuk meng-generalisasi-kan temuan secara mendalam ke dalam beberapa kompleksitas jalannya sebuah organisasi. Salah satu keuntungan dari berbagai penelitian adalah dapat untuk mengidentifikasi kerja kelompok dalam aktivitas organisasi.

Beberapa informasi dapat memelihara antara anggota – anggota organisasi untuk mawas diri, membantu mereka mengakui dan memecahkan masalah serta membuat kebutuhan mendasar berubah. Penggunaan beberapa penelitian dapat meng-generalisasi-kan informasi tentang aktivitas organisasi membantu organisasi menjadi lebih berkembang, proaktif, memberi kesempatan menjadi pembuat keputusan untuk merancang strategi guna menghindari masalah yang potensial sebelum masalah menjadi serius. (Herndon & Kreps, ed, 1995 : 10)

Penelitian ini akan dilakukan di Semarang dengan subyek penelitian.

- a. Petugas humas Universitas Negeri Semarang (UNNES) beserta 2 informan internal *stakeholder*
- b. Petugas humas Universitas Diponegoro (UNDIP) beserta 2 informan internal *stakeholder*

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ini ialah kata-kata dan tindakan, hal ini merupakan hasil pengamatan atau wawancara dengan melakukan kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Sedangkan jenis-jenis data penunjang dalam penelitian kualitatif lainnya adalah sebagai berikut :

- a. Sumber tertulis; berkaitan dengan penelitian ini maka sumber tertulis yang menjadi sumber data antara lain adalah dokumen-dokumen perusahaan dan instansi terkait juga dapat menjadi sumber data yang dapat menambah input dari penelitian ini.
- b. Data statistik ; dalam penelitian kualitatif dapat juga menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluan penelitian. Namun dalam penelitian kualitatif tidak terlalu banyak mendasarkan diri atas data statistik, tetapi memanfaatkan data statistik itu hanya sebagai cara yang mengantarkan dan mengarahkan pada kejadian dan peristiwa yang ditemukan dan dicari sendiri sesuai dengan tujuan penelitian.

(Moleong, 2002 : 112-117)

Data yang diperlukan dalam peneliti dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara *indepth interview*. Dalam menggali informasi dengan menggunakan metode wawancara, Wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur namun terfokus secara mendalam (*indepth interview*). Hal ini bertujuan untuk menemukan informasi yang bukan baku (kaku) atau informasi tunggal dan lebih bebas, pertanyaan dan pernyataan dapat mengalir seperti melakukan percakapan biasa. Penguatan informan melalui proses wawancara. Karena semua komunikasi mempunyai konsekuensi, bidang penelitian wawancara dengan bentuk dan isi yang tidak “netral”. Pewawancara adalah alat yang kuat yang mana peneliti dapat melihat tentang *humanity* dan menciptakan kesempatan untuk berkembang dan berubah pada orang yang diwawancarai. Bagaimanapun juga harus tetap dipertahankan agar kegiatan penelitian merupakan kesempatan untuk mengungkapkan apa-apa yang terjadi di balik cerita menjadi sesuatu yang berguna (Herndon & Kreps, ed, 1995:37)

Dalam penelitian kualitatif kualitas dievaluasi berdasarkan ukuran dapat dipercaya (*trustworthiness*) (Lincoln & Guba, 1985) yang terdiri dari :

- a. *credibility* (sejajar dengan *internal validity*),
- b. *transferability* (sejajar dengan *external validity*)
- c. *dependability* (sejajar dengan *reliability*) dan
- d. *confirmability* (sejajar dengan *objectivity*).

(Denzin & Lincoln, ed, 1994 : 114)

Penelitian ini mempunyai keterbatasan, dengan pendekatan kualitatif memberikan *insight* yang baik mengenai issue yang diteliti, namun pada saat yang sama pendekatan ini hanya dilakukan dalam skala yang terbatas, dan tidak dapat digeneralisasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini dijabarkan analisis mengenai peran dan posisi oleh humas Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang. Selain itu pada bagian akhir akan dipaparkan hasil penilaian kinerja humas yang didasarkan pada penilaian para *stakeholder*.

Peran Humas Universitas

Hasil temuan pada dua Universitas Negeri di Semarang dalam konteks model hubungan dengan *stakeholder* yang dilakukan oleh humas relatif sama yaitu berkisar pada model *press agentry/ publicity* dan *public information*. Dengan kata lain bahwa komunikasi yang dilakukan oleh humas kedua universitas tersebut masih satu arah. Pada model *press agentry/publicity*, humas memperlakukan *stakeholders*nya lebih sebagai sasaran pasif dalam penyampaian informasi. Secara ekstrim menurut Grunig model ini mensikapi kebenaran atas isi pesan yang disampaikan bukanlah merupakan hal yang penting, bahkan isi pesan terkadang terdistorsi oleh kepentingan untuk melakukan advokasi. Namun dari hasil wawancara dan observasi pernyataan ekstrim dari Grunig tersebut tidaklah terlalu tepat. Humas kedua Universitas tersebut selalu menjaga isi pesan dan tidak pernah dilakukan distorsi atas isi pesan yang disampaikan kepada *stakeholder*. Model *Public Information* sama halnya dengan model *press agentry/publicity* yaitu menerapkan prinsip komunikasi satu arah. Pada model ini sangat mengandalkan kebenaran dalam mengelola isi pesan yang akan disebar. Kedua humas Universitas ini melakukan kerjasama dengan media / jurnalis untuk melaporkan secara objektif kepada para *stakeholder*.

Komunikasi dua arah dengan *stakeholder* tidak bisa teridentifikasi dalam penelitian ini. Jika dianalisis dari hasil wawancara tentang tugas-tugas yang humas lakukan cenderung melakukan kegiatan *media relations*. Kegiatan *media relations* merupakan salah satu kegiatan humas yang penting, namun dalam menciptakan komunikasi dua arah diperlukan format komunikasi yang lebih langsung (*direct communications*) dimana humas berperan aktif memfasilitasi manajemen untuk melakukan proses komunikasi antara manajemen dan para *stakeholder*. Komunikasi dua arah bersifat dinamis, dimana informasi dipertukarkan secara dua arah antara pihak manajemen universitas dengan para *stakeholder*. Dalam komunikasi yang bersifat dua arah hal yang paling penting adalah terjadinya *feedback*. *Feedback* adalah informasi yang penting dan berguna untuk menjadi masukan manajemen dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuan organisasi/universitas.

Catatan tambahan untuk kegiatan humas Universitas Negeri Semarang cenderung melakukan komunikasi dua arah. Humas Universitas Negeri Semarang berperan aktif dalam kegiatan kampanye universitas. Kampanye Universitas Negeri Semarang adalah kampanye tentang kampus Konservasi. Kampanye yang dilakukan dengan bantuan media dan memberdayakan sumber daya yang ada. Konsep Universitas Konservasi membutuhkan dukungan dari semua pihak, pimpinan, para akademisi, mahasiswa dan masyarakat sekitar. Humas Universitas Negeri Semarang tidak hanya melakukan tugas internal jurnalistik saja, namun berusaha melakukan komunikasi dengan masyarakat sekitar dengan melakukan beberapa kegiatan *community relations* yang antara lain berwujud kegiatan Pasar Krempyeng yang melibatkan masyarakat sekitar.

Media internal sebagai salah satu sarana komunikasi telah dibangun secara baik, terbukti media internal humas Universitas Negeri Semarang meraih juara 1 pada Anugrah Humas 2011 dan juara satu kategori Profil Lembaga pada tahun 2010. Humas sangat sadar bahwa komunikasi dua arah yang baik adalah modal dasar dalam menciptakan kesamaan pengertian walaupun tidak bisa tercipta sesuatu yang simetris. Kesamaan pengertian yang simetris merupakan hal yang ideal, sulit tercapai karena membutuhkan kesamaan posisi semua pelaku komunikasi.

Setelah membahas tentang model komunikasi yang dilakukan oleh humas Universitas maka selanjutnya membahas tentang peran.

Peran dominan humas dalam manajemen teridentifikasi menjadi empat tingkatan:

1. *Expert prescriber*, petugas humas dianggap sebagai seorang ahli yang bisa memberikan nasihat pada pimpinan. Peran semacam ini dibutuhkan pada lembaga yang banyak mempunyai ancaman dan banyak/ sering mengalami perubahan
2. *Problem solving facilitator*, berperan sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah, humas dilibatkan dalam setiap manajemen, menjadi anggota tim atau menjadi pemimpin dalam penanganan krisis. Peran semacam ini dibutuhkan pada lembaga yang mempunyai banyak ancaman namun mengalami perubahan sedikit
3. *Communication facilitator*, berperan sebagai fasilitator komunikasi antara lembaga dengan publik atau sebagai jembatan komunikasi dan sebagai media atau penengah bila terjadi miskomunikasi. Peran semacam ini dibutuhkan pada perusahaan yang memiliki sedikit ancaman namun banyak/ sering mengalami perubahan
4. *Communication technician*, berperan sebagai pelaksana teknis komunikasi termasuk menyediakan layanan teknis. Peran semacam ini dibutuhkan pada perusahaan yang memiliki sedikit ancaman dan mengalami perubahan sedikit.

(Cutlip, Center, Broom 2000:37-47)

Jika melihat informasi yang didapatkan dari hasil wawancara di lapangan peran humas kedua universitas dapat diidentifikasi sebagai berikut. Humas kedua universitas ini cenderung berperan menjadi *technician communications*. Indikasi yang terlihat adalah bahwa humas kedua universitas pekerjaan yang dilakukan bersifat teknis komunikasi. Kegiatan jurnalistik internal lebih banyak dilakukan dengan melakukan liputan dan kemudian melakukan diseminasi informais tersebut melalui media massa jika diperlukan dan mengunggahnya ke website universitas. Peran sebagai *communication fasilitator* sedikit dilakukan oleh kedua humas universitas ini, menjembatani komunikasi dengan publiknya dilakukan dengan sering terlibat dengan kegiatan-kegiatan universitas serta unit-unit vertikal maupun horizontal.

Posisi Humas dalam Manajemen

Jika dilihat struktur organisasi humas dalam manajemen universitas, keduanya tidak pada posisi yang dominan. Secara struktural humas kedua universitas merupakan Unit Pelaksana Teknis. Unit Pelaksana Teknis dalam dokumen Organisasi dan

Tata Kerja merupakan unsur penunjang yang diperlukan untuk penyelenggaraan pendidikan di lingkungan Universitas. Humas Universitas Diponegoro bertanggung jawab langsung terhadap rektor dan pembinaan dilakukan oleh Pembantu Rektor II. Jika dilihat dari dokumen Organisasi dan Tata Kerja tugas Pembantu Rektor II adalah satunya adalah membantu Rektor di bidang humas disamping melaksanakan kegiatan di bidang administrasi umum, perencanaan dan keuangan. Fungsi komunikasi dalam hal ini lebih tercermin dari tugas tugas yang dilakukan oleh pembantu Rektor IV di bidang pengembangan dan kerjasama. (data dirangkum dari Permen Diknas RI No. 65 Tahun 2009 Tentang *Organisasi dan Tata Kerja Universitas Diponegoro*)

Di Universitas Negeri Semarang posisi humas mengalami kerancuan, dalam dokumen Organisasi dan Tata Kerja Pasal 124 menyatakan bahwa Pusat humas pembinaan dilakukan oleh Pembantu Rektor IV, namun pada Pasal 8 Pembantu Rektor IV tidak melaksanakan kegiatan humas sama halnya dengan di Universitas Diponegoro. Kegiatan humas dilaksanakan oleh Pembantu Rektor II. Berdasarkan observasi dan wawancara humas Universitas Negeri Semarang melakukan tugas kehumasan dibawah koordinasi Pembantu Rektor IV seperti tercantum pada Pasal 124. Terlepas dari kerancuan yang terjadi di Universitas Negeri Semarang, posisi koordinasi seperti ini adalah posisi yang cukup ideal dalam melaksanakan tugas kehumasan. (data dirangkum dari Permen Diknas RI No. 59 Tahun 2009 Tentang *Organisasi dan Tata Kerja Universitas Negeri Semarang*)

Proses menjembatani manajemen dengan publiknya. Posisi humas mempunyai pengaruh dalam proses menjalin relasi antara manajemen dan publiknya. Seperti yang disampaikan oleh Grunig (dalam Lattimore et al 2004 yang dikutip dari Yudarwati, 2004) praktisi humas yang berhasil menjalankan praktek humas secara efektif adalah mereka yang menggunakan "*the new model of symmetry as two way practice*". Model menempatkan organisasi dengan publiknya pada dua kutub yang berseberangan.

Praktek humas yang efektif menurut model ini merupakan hasil akumulasi dari praktek model *two-way asymmetrical* dan *two-way symmetrical*. Masing-masing pihak akan mempersuasi untuk mendapatkan kesepakatan. Dalam kondisi ini, bisa saja yang terjadi adalah murni *asymmetrical model*, yaitu situasi *dominant coalition* mencoba menekan publik untuk menerima posisi organisasi, atau bisa saja terjadi *corporation model*, yaitu situasi di mana

publik menggunakan komunikasi untuk meyakinkan *dominant coalition* untuk menerima posisi publik (Yudarwati dalam Baik dan Sati T [eds], 181: 2004)

Masalah dan kendala yang adalah struktur organisasi yang menjadikan humas tidak bekerja secara maksimal. Menurut Grunig yang dikutip Ananto, praktisi humas biasanya tidak mempunyai kebebasan untuk bertindak sebagai seorang profesional, kecuali jika dia duduk sebagai bagian dari koalisi yang dominan. Jika unit humas menjadi bagian dari koalisi dominan, mereka mempunyai wewenang untuk memasukkan unsur tanggung jawab sosial, pemahaman publik atau komunikasi dua arah. Hanya dengan cara ini akan lebih mudah dapat melihat kontribusi humas terhadap efektifitas organisasi.

Lebih jauh lagi, jika tujuan humas dimasukkan menjadi tujuan organisasi, eksekutif *public relations* duduk sebagai koalisi yang dominan. Sasaran program humas akan lebih dapat diadaptasi jika eksekutif humas merupakan koalisi yang dominan dalam organisasi. Sebaliknya jika eksekutif humas tidak duduk dalam koalisi yang dominan, akan sulit untuk menentukan fungsi humas, betapapun pelaksana humas berusaha memenuhi tujuan komunikasinya. (Ananto dalam Baik dan Sati T [eds], 3: 2004)

Kinerja Humas

Dalam penelitian ini kinerja humas dilihat dari persepsi *stakeholder*. Pemahaman atas kontribusi humas dalam manajemen antara stakeholder internal Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang berbeda. Informan pertama pada Universitas Diponegoro memberi jawaban kewenangan humas itu adalah dokumentasi dan publikasi untuk kegiatan yang skalanya universitas dan pimpinan universitas informan lain memberi tambahan bahwa humas itu secara struktur langsung dibawah rektor. Informan pada Universitas Negeri Semarang memberikan pendapat yakni memberitakan dan kemudian apabila ada pihak luar yang membutuhkan informasi tentang Universitas Negeri Semarang yang bersifat publik dia dapat mengeluarkan. Informan lain berpendapat bahwa tanggung jawab dan wewenang humas yakni pencitraan kampus. Jadi bagaimana mencitrakan kampus ini dengan baik sehingga bisa dikenal seluruh lapisan masyarakat. Pendapat yang diberikan oleh masing-masing informan belum mampu memberikan persepsi yang sesuai dan mendetail tentang tanggung jawab dan wewenang dari humas di dalam universitas.

Silih Agung Wasesa dalam buku Strategi Public Relations, menyatakan bahwa Fungsi humas adalah

multi persepsi. Kerancuan terhadap peran dan fungsi humas masih sangat tinggi, bahkan hingga tingkat pengambil keputusan. (2010 : 146). Dalam Rhenald Khasali, Manajemen PR, 2003 yang dikutip oleh Silih Agung Wasesa menyatakan bahwa terdapat beberapa sudut pandang dalam melihat humas. Melihat humas dalam sudut pandang :

- Kepribadian
- Segi komunikasi
- Publikasi
- Pemasaran
- Manajemen
- Periklanan

Pandangan multi persepsi tentang humas adalah sebuah keunggulan. Menjadi sebuah keunggulan apabila dijadikan sebuah kesatuan hingga memunculkan sebuah keyakinan bahwa sebetulnya humas adalah sebuah profesi yang bisa dimanfaatkan oleh profesi apapun. Menjadi sebuah payung proses pencitraan yang terintegrasi menjadikan humas adalah alat strategis bagi manajemen untuk mencapai tujuannya. Apabila humas sudah menjadi alat strategis manajemen di sebuah perusahaan, bukan persoalan besar lagi untuk mengoptimalkan peran humas. Yang dibutuhkan kemudian adalah bagaimana kapasitas dalam menjalankan sistem humas. (2010 : 146-147).

Sebagai catatan bahwa secara umum bahwa kinerja humas kedua universitas tersebut adalah baik menurut pandangan stakeholder. Pandangan mereka sangat cocok dengan tugas dan fungsi humas yang tertera pada dokumen organisasi dan tata kerja masing-masing. Namun tugas dan fungsi humas sebagaimana dalam dokumen organisasi dan tata kerja bukanlah sesuatu yang cocok untuk karakteristik Universitas yang memiliki tantangan dalam mengatasi problem.

Khusus untuk humas Universitas Diponegoro, stakeholder menyatakan bahwa masih perlu ditingkatkan koordinasi antara humas dengan bagian yang lain. Kepala humas Universitas Diponegoro yang dijabat oleh seorang dosen dinilai sebagai hambatan tersendiri dalam melakukan koordinasi secara internal humas dan koordinasi dengan bagian lain. Menurut informan pekerjaan humas bersifat responsif dan butuh kecepatan koordinasi yang tinggi.

Penutup

Peran humas di universitas negeri cenderung bertindak sebagai *communication technician* dan hanya sedikit berperan sebagai *communication facili-*

tator. Hal ini disebabkan karena organisasi dan tata kerja universitas negeri tidak memberikan kesempatan yang banyak untuk berperan. Jika ditelaah lebih lanjut, peran *communication technician* disebabkan oleh lingkungan internal yang tidak banyak perubahan (*little change*). Peran *communication facilitator* disebabkan oleh lingkungan internal yang banyak mengalami perubahan (*much change*). Kedua peran tersebut dimungkinkan dapat dijalankan oleh humas dalam kondisi eksternal yang rendah ancaman (*low threat*)

Posisi humas di universitas negeri berada posisi yang marginal terbukti dengan masih banyak jenjang birokrasi yang harus dilalui dalam melaksanakan fungsinya. Dengan posisi yang marginal maka kontribusi humas tidak signifikan dalam menjalankan fungsi komunikasi. Mengingat kompleksnya fungsi komunikasi dan luasnya cakupan stakeholder, dengan posisi yang tidak dominan maka humas tidak dapat secara leluasa menjalankan tugasnya sebagai saluran komunikasi yang baik.

Kinerja humas berkaitan dengan peran dan posisinya pada penelitian ini dinilai positif dan sesuai dengan porsi kerja. Hal tersebut dinilai dengan terlaksananya tugas-tugas humas dalam konteks internal.

Daftar Pustaka

- Ananto, Elizabeth Goenawan, "Public Relations Sebagai Koalisi Dominan, Mungkinkah?", dalam Ridwan Nyak Baik & Irmulan Sati T (eds), 2004, *Koalisi Dominan, Refleksi Kritis atas Peran Public Relations dalam Manajemen*, Jakarta, BPP PERHUMAS
- Cornelissen, Joep, 2004, *Corporate Communications, Theory and Practice*, New Delhi, Sage Publication
- Cutlip, Scott M. et al., 2000, *Effective Public Relations, 8th edition*, New Jersey, Prentice Hall
- Denzin, Norman K., Yvona S. Lincoln, Ed, 1994, *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage Publication
- Herndon, Sandra L., Gary L. Kreps., Ed. 1995, *Qualitative Research, Applications in Organizational Communication*, Cresskill, New Jersey, : Hampton Press Inc.
- Moleong, Lexy J, 2002 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 16th ed., Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

- Seitel, Fraser P., 2001, *The Practice of Public Relations*, 8th ed, New Jersey, Prentice Hall.
- Sengupta, Sailesh, 2001, *Management of Public Relations and Communication*, New Delhi, Vikas.
- Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert, 2006, *Media Now, Understanding Media, Culture, and Technology*, Belmont, Thomson.
- Wilcox, Dennis L. & Cameron, Glen T., 2006, *Public Relations, Strategies and Tactics 8th ed*, Boston, Pearson Allyn & Bacon.
- Wahyuni Pudjiastuti dan Henny Widyaningsih, 2007, Laporan Penelitian Pemetaan Humas Pemerintah di Indonesia
- Wasesa, Silih Agung & Macnamara, Jim. 2010, *Strategi Public Relations*, Gramedia, Jakarta
- Yudarwati, Gregoria Arum, "Merangkai Masa Depan Public Relations", dalam Ridwan Nyak Baik & Irmulan Sati T (eds), 2004, *Koalisi Dominan, Refleksi Kritis atas Peran Public Relations dalam Manajemen*, Jakarta, BPP PERHUMAS
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 65 Tahun 2009 Tentang *Organisasi dan Tata Kerja Universitas Diponegoro*
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 59 Tahun 2009 Tentang *Organisasi dan Tata Kerja Universitas Negeri Semarang*