

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia pendidikan pada saat ini sedang menghadapi tantangan yang berat dalam mempertahankan eksistensi, keunggulan, mutu serta memperluas pasar dalam lingkungan persaingan yang cukup ketat. Persoalan dimasa depan yang sangat kompleks bahkan kadang-kadang tidak dapat diprediksi secara pengetahuan dan teknologi. Dimana strategi-strategi tradisional dalam memenangkan persaingan tidak dapat lagi diandalkan. Hal ini sangat mudah ditiru oleh pesaing atau bahkan oleh pendatang baru, cara terbaik adalah lembaga/instansi pendidikan harus dapat menciptakan keunggulan kompetitif dengan cepat belajar serta lentur dalam menghadapi setiap perubahan.

Kebijakan pendidikan masa kini perlu ada perubahan kearah yang lebih baik untuk menyiapkan generasi muda yang siap menyongsong perubahan dunia yang begitu cepat. Para lulusan perguruan tinggi harus mampu membuat seseorang menjadi pembelajar sepanjang hayat. Dalam kaitan dengan ujian Pendidikan perlu menyeimbangkan penguasaan pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai dengan tetap memegang nilai-nilai tradisional yang relevan dan modern.

One of the most strategic ways to develop the image is through benchmarking and franchise to the national and international higher education institutions showing their excellent performance, e.g. the Performance Excellence in Education developed by Baldrige Award Criteria for Education (Blazey) [11] to empirically study the influences of the criteria of institutional excellence on its performance. It is expected that this way can create a holistic and adaptive model appropriate with the institutional environment. This model can also be implemented to the private higher education institutions. (Wahyudin, dkk, 2013).

Sejalan dengan pendapat diatas, lembaga pendidikan harus menciptakan keunggulan yang berkelanjutan dan mencari solusi serta terobosan-terobosan baru guna meningkatkan nilai jual dan daya saing. Kebutuhannya adalah bagaimana menciptakan respon yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan

pelanggandan ketidakpastian masa depan. Dalam menghadapi setiap perubahan itu instansipendidikan biasanya menghadapi kendala dalam hal sumber daya, teknologi danfinansial.

Kecepatan beradaptasi kampus dengan masyarakat sangat tergantung pada kemampuan sumber daya manusia, dimana ide-ide kreatif dari karyawan serta keterlibatannya dalam setiap kegiatan sangat diperlukan. Pimpinan harus menciptakan iklim lingkungan kerja yang kondusif dan melakukan deregulasi aturan-aturan yang dapat menjadi hambatan. Oleh karena itu setiap lapisan manajemen diharapkan dapat dengan cepat mengambil keputusan yangdidasari pada informasi dan kedekatan mereka dengan pelanggan dan itu harus berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Setiap karyawan instansi pendidikan dapat lebih fokus pada pelanggan mereka dan bukan dengan atasan mereka. Oleh karena itu, sebuah organisasi pendidikan yang lentur dan berorientasi pada proses adalah mutlak dalam memenangi persaingan.

Dalam memperbaiki kondisi kampus banyak yang berhasil, tetapi tidak sedikit pula yang gagal dalam upaya memecahkan persoalan internal dan eksternal kampus, maka diperlukan upaya yang dapat merancang dan memperbaiki baik sistem pengelolaan, pembelajaran, kurikulum, maupun hubungan dengan stakeholders. Maka dari itu harus melaksanakan reformasi pendidikan, karena itu harus dilakukan demi kebaikan sebab reformasi pendidikan itu sendiri menurut Hellen Connell, (2013) bukan hanya suatu peristiwa akan tetapi adalah sebuah proses, yang mempunyai konteks dengan suatu sejarah dimasa lampau dan suatu bagian dari alur pengembangan masa depan, agar berhasil para pembaharu pendidikan harus mengenali konteks dimana reformasi itu ditempatkan atau dicoba.

Dalam pandangan penulis bahwa pendidikan tinggi khususnya di Kabupaten Bungo juga menghadapi tantangan yang berat untuk meningkatkan kualitas sumberdaya yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan output yang berkualitas dan berdaya saing, tuntutan peningkatan kualitas ini disamping datang dari civitas akademika kampus juga datang dari masyarakat, masyarakat (publik) sebagai klien, datang tuntutan untuk meningkatkan kualitas pengajaran, pelayanan, fasilitas yang dapat menghasilkan produk yang mampu menghadapi

persaingan. Sedangkan dari publik sebagai mitra datang tuntutan untuk peningkatan kualitas hasil penelitian, pangabdian dan kualitas pendidikan sehingga mampu menjawab permasalahan dan tantangan pembangunan pendidikan.

Bila mengacu pada pemahaman pendidikan diatas, maka banyak praktek humas yang berkewajiban dalam mempublikasi informasi seputar kampus, secara umum masih memerlukan usaha yang keras untuk mendapatkan predikat baik dan positif. Bisa kita lihat masih banyak para mahasiswa, orang tua, masyarakat, masih minim pengetahuan tentang perguruan tinggi secara menyeluruh.

Dalam kamus terbitan *Institute Of Public Relation (IPR)* sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. (Anggoro, 2001).

Berbagai kajian akademis dan penelitian empiris telah membuktikan keabsahannya, bahwa kekuatan sumber daya manusia humas yang berkualitas, serta memiliki pengetahuan dan keterampilan, menguasai teknologi, itu yang dapat menumbuhkan iklim perguruan tinggi yang sehat dan kondusif. Oleh karena itu pengelolaan humas khususnya humas di pendidikan tinggi harus didesain dan dilaksanakan secara terpadu, serta diarahkan pada peningkatan pelayanan yang seluas-luasnya bagi warga masyarakat, dengan mengutamakan mutu, efektivitas dan efisiensi informasi. Bisa dimaklumi dan dipahami, ditengah ketatnya persaingan antar perguruan tinggi, menimbulkan berbagai macam strategi pemasaran kampus kepada publik yang akan mempengaruhi paradigma stakeholder terhadap sebuah lembaga pendidikan.

Penempatan humas pada posisi tertentu dalam manajemen memiliki konsekuensi-konsekuensi pada proses pelaksanaan fungsi humas itu sendiri. Hal itu terjadi karena 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. (Yanuar, 2013).

Peran humas dalam meningkatkan citra positif perguruan tinggi yang kelak membentuk lulusan yang berkualitas dan berdaya saing harus disusun, ditata dan dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Dalam konteks ini perguruan tinggi tidak hanya memikirkan bagaimana mendapatkan calon mahasiswa yang banyak, akan tetapi juga harus mengelola hubungan perguruan tinggi dengan stakeholder sebaik-baiknya, agar harapan masyarakat terutama orang tua mahasiswa dapat terwujud.

Perguruan tinggi harus memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dan para stakeholder sebab masyarakat adalah laboratorium dunia pendidikan, maka dari itu humas di perguruan tinggi haruslah dikelola dan di *manage* dengan profesional. Antara perguruan tinggi dan masyarakat ibarat dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan, sebab adanya perguruan tinggi karena masyarakat membutuhkan, dan begitupun sebaliknya. Perguruan tinggi tanpa masyarakat tidak akan berarti apa-apa, sinergitas antara dua elemen ini sangat penting agar keduanya saling memberikan manfaat dan bisa bekerja sama.

Pemasaran perguruan tinggi harus tepat sasaran, dengan segala nilai jual yang ada pada perguruan tinggi tersebut, pemasaran tidak hanya terbatas pada menyampaikan informasi itu melalui spanduk dan melalui mahasiswa-mahasiswa, akan tetapi juga melalui media sosial dan internet akan lebih efektif, karena saat ini komunikasi dan internet sudah menjadi teman akrab kaum milenial dan bahkan para generasi tua, akan bermanfaat sekali jika informasi tersebut disebar melalui internet dan media sosial lainnya.

Jika melihat pendapatnya Kotler dan Keller (2011) dalam buku *Marketing Management* edisi 13 pengertian manajemen pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Berangkat dari pandangan diatas penulis memberikan penjelasan bahwa pemasaran adalah bagian dari strategi untuk menjual produk-produk pendidikan, seperti program

studi, fasilitas, beasiswa, biaya dan lain sebagainya. Tujuannya untuk memberika magnet kepada calon mahasiswa agar memilih perguruan tinggi tersebut. Walaupun dinilai efektif dalam penyebaran informasi menggunakan media sosial dan internet humas pendidikan juga memerlukan kehati-hatian, dan selalu memperhatikan perkembangan dan kondisi lembaga pendidikannya jangan sampai informasikan yang disampaikan tidak sesuai harapan khalayak. Kita ambil contoh, banyak kita lihat di website perguruan tinggi menampilkan segala prasarana dan fasilitas yang lengkap melalui media, tapi kenyataan itu hanya sebagai penarik saja, atau tidak sesuai dengan kenyataan.

Dari hasil peninjauan awal dilapangan, penulis mencoba menelaah lebih dalam yaitu tentang pengelolaan humas dalam membangun citra kampus (studi kasus di Institut Agama Islam (IAI) Yasni Muara Bungo). Pada kunjungan awal penulis mendatangi IAI Yasni, dan mendapat sambutan yang baik dari pihak kampus. Penulis bertemu dan berdiskusi dengan beberapa Dosen dan staf kampus IAI Yasni.

Dari hasil diskusi tersebut ada beberapa bentuk hubungan perguruan dengan masyarakat yang dibangun, melalui:

#### 1. Tridarma

Salah satu tridarma perguruan tinggi adalah pengabdian, disini pengabdian itu seperti kuliah kerja nyata, yang memiliki posisi strategis dan punya peran penting bagi perguruan tinggi untuk promosi kampus, selain untuk implentasikan teori dan pemikiran yang diperoleh di kampus sekaligus juga untuk lebih mengenalkan kampus (sosialisasi) kepada masyarakat melalui kerja nyata mahasiswa. Waktu yang diberikan dalam kegiatan ini tergantung kebutuhan dan kebijakan perguruan tinggi masing-masing. Kuliah kerja nyata juga dapat dijadikan salah satu pintu untuk turut membina mental dan kepribadian mahasiswa sebelum mereka bekerja.

#### 2. Penyuluhan

Program ini dinilai oleh masyarakat sangat penting dan strategis, sebab program ini memberikan edukasi secara langsung kepada masyarakat maupun sekolah. Contoh. Februari lalu IAI Yasni mengadakan penyuluhan di SMA N 1 Rantau Pandan, tentang bahaya Narkoba dan sejenisnya bagi generasi milineal.

### 3. Pemetaan dan pengembangan wilayah

Pemetaan dan pengembangan wilayah sangat perlu dilakukan, agar program pengabdian masyarakat dari perguruan tinggi terus bisa dilaksanakan. Wilayah-wilayah pedesaan yang selama ini jauh dari jangkauan perguruan tinggi menjadi tujuan program pengabdian. Agar masyarakat dapat mengetahui bahwa di Kabupaten Bungo ada perguruan tinggi.

### 4. Syafari

Program Syafari ini dilaksanakan oleh IAI Yasni setiap tahun mengadakan syafari sembari berdakwah dari Desa Desa, dengan membentuk tim khusus dan dihadiri oleh pimpinan IAI Yasni. Program ini selalu rutin dilaksanakan ketika memasuki bulan suci Ramadhan tujuannya untuk untuk berbagi ilmu dan melaksanakan kajian yang sangat bermanfaat untuk masyarakat.

### 5. Program Bedah Kampus

Program ini rutin dilaksanakan khusus untuk anak SMA sederajat setelah melakukan ujian nasional atau ujian akhir sekolah, masa tenang setelah ujian dimanfaatkan oleh kampus untuk mengadakan seminar dan diskusi dengan tema bedah kampus, dan mengundang siswa-siswa kelas 12, dalam kegiatan ini mereka juga dibekali bagaimana strategi dan kita untuk masuk perguruan tinggi favorit.

Berdasarkan pada persoalan yang terdapat dalam latar belakang diatas, penulis mengangkat judul penelitian untuk disertasi yaitu: *“Pengelolaan Humas Dalam Membangun Citra Kampus (Studi Kasus di Institut Agama Islam Yasni, Muara Bungo)”*

#### **B. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian *“Pengelolaan Humas Dalam Membangun Citra Kampus (Studi Kasus di Institut Agama Islam Yasni Muara Bungo)”*.

#### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada fokus penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan humas dalam membangun citra kampus ?

2. Bagaimana tahapan-tahapan implementasi humas dalam membangun citra kampus ?
3. Faktor pendukung dan penghambat humas dalam membangun citra kampus ?

#### D. Tujuan Penelitian

Tujuan ini penelitian adalah menguraikan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengelolaan humas dalam membangun citra kampus. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdeskripsikannya perencanaan humas dalam membangun citra kampus.
2. Terdeskripsikannya implementasi humas dalam membangun citra kampus
3. Terdeskripsikannya faktor pendukung penghambat humas dalam membangun citra kampus.

#### E. State of The Art

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu penelitian ini memiliki perbedaan baik secara metodologi maupun substansi. Perbedaan itu terletak pada objek kajian yang berupaya menganalisis pengelolaan humas di sebuah perguruan tinggi keagamaan khususnya Institut Agama Islam Yasni Bungo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengelolaan humas secara profesional, serta membangun citra positif lembaga pendidikan. Ilmu humas pendidikan pada dasarnya membahas tentang bagaimana mengelola informasi publik dan membangun hubungan baik dengan masyarakat. Dalam mengelola humas pendidikan tersebut setidaknya terdapat enam ruang lingkup garapan humas pendidikan, yaitu: publikasi, pemasaran, *public affairs*, manajemen isu, komunikasi, serta hubungan dengan stakeholder.

*Research gap* dalam penelitian ini dijabarkan sebagai pengelolaan hubungan dengan masyarakat dalam konteks membangun citra kampus. Pada bagian ini penulis mencoba melihat perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan tema penelitian yang penulis laksanakan, namun belum dibahas secara tuntas, kesenjangan inilah yang menjadi *novelty* dari penelitian ini. Berikut beberapa penelitian tentang humas terdahulu sebagai berikut:

Tabel 1.  
Perbandingan Hasil Penelitian

---

Tahun	Penulis	Hasil Penelitian
2018	Rosalina Nuriza Andi. <i>Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo</i>	Strategi menjalin kerjasama: Ada 2 cara dalam menjalin kerjasama dengandunia industri. Yang pertama dengan cara kita melayangkan permohonan ke sana, yang kedua yaitu pihak dunia industri yang memang meminta untuk bekerjasama dengan sekolah. Seperti kemaren yang terbaru itu ada hotel Amarys di Madiun itu juga mengajukan permohonan kepada SMK Negeri2 Ponorogo.
2015	Yanuar Luqman. <i>Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang</i>	Peran humas di universitas negeri cenderung bertindak sebagai communication technician dan hanya sedikit berperan sebagai communication fasilitator. Hal ini disebabkan karena organisasi dan tatakerja 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 fasilitator disebabkan oleh lingkungan internal yang banyak mengalami perubahan (much change). Kedua peran tersebut dimungkinkan dapat dijalankan oleh humas dalam kondisi eksternal yang rendah ancaman (lowthreat).
2013	Amie Primarni. <i>Reposisi Peran dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan. Di Politeknik LP3I Jakarta.</i>	Strategi hubungan masyarakat tersebut adalah: peningkatan pelayanan kepada mahasiswa, penekanan pada program yang ditawarkan, serta penekanan pada kerjasama dengan media. Ketiga strategi inilah yang ditawarkan kepada target pasar untuk menunjukkan bahwa perguruan tinggi mereka memiliki kelebihan dibandingkan dengan perguruan tinggi yanglain.
2019	Yulista. <i>Manajemen Humas dalam membangun reputasi Perguruan Tinggi</i>	Mengenai Manajemen Humas dalam membangun reputasi Perguruan Tinggi Metode yang digunakan ialah metode kualitatif. Penelitian tersebut menghasilkan temuan : 1). Manajemen Humas memiliki peranan sebagai seorang fasilitator komunikasi, artinya Manajemen Humas memiliki peranan sebagai pihak yang senantiasa mendengarkan apa yang publik harapkan serta menyampaikan yang ingin disampaikan pihak Lembaga kepada internal maupun eksternal publik, (2). Manajemen Humas berkomitmen menjaga komunikasi, hal tersebut dimaksudkan agar pondasi hubungan yang telah dibangun menjadi kuat, dampaknya

		yakni reputasi dari Perguruan Tinggi
2020	Andriyani	Manajemen Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan citra lembaganya. Metode penelitian menggunakan studi kualitatif. Hasil penelitiannya ialah Manajemen Humas melakukan proses evaluasi untuk meningkatkan hubungan kolaboratif mereka dengan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas lembaga melalui kerjasama internal dan eksternal yang dilakukan secara teratur.

Dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, mengangkat tema evaluasi humas dalam membangun citra lembaga, dengan metode kualitatif. Namun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini secara metodologi adalah penulis menggunakan metodologi kualitatif (studi kasus) untuk melihat dan menganalisis bukan hanya terbatas pada evaluasi program humas saja, tapi lebih dalam lagi dimulai dari merumuskan perencanaan humas, pengorganisasian, tindakan, pengawasan dan evaluasi humas. Selanjutnya penulis juga melakukan analisis terhadap tahapan-tahapan implementasi hubungan dengan masyarakat, yaitu: melakukan riset penemuan fakta: analisis kekuatan kelemahan, peluang serta ancaman baik itu yang datang dari luar maupun dari internal kampus. Riset terhadap kompetitor untuk melihat bagaimana strategi, program, dan kegiatan yang mereka lakukan untuk membangun citra lembaga.

Tentu ini memiliki perbedaan baik secara metodologis, temuan penelitian dan pembahasan penelitian. Ketidaktuntasan itu menjadi nilai pembeda yang signifikan dalam penelitian ini. Penelitian sebelumnya membahas evaluasi program dan komunikasi humas dalam membangun citra lembaga, menggunakan metodologi kualitatif tapi tidak studi kasus, dalam pembahasan penelitian juga tidak dimulai dari perencanaan humas, tahap-tahap implementasi humas dalam membangun suatu hubungan dengan masyarakat. Dengan demikian secara detail perbedaan itu terletak pada metodologi, ruang lingkup penelitian, temuan dalam penelitian serta hasil pembahasan penelitian.

#### **F. Road Maps penelitian**

Table 2.  
Road Maps Penelitian

Pra Lapangan	Tahap Lapangan	Pasca Lapangan	Luaran Penelitian
2018-2020		2020-2021	2022-2023
<p>Beberapa kegiatan dilakukan sebelum peneliti memasuki lapangan. Masing-masing adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyusunan rancangan awal penelitian, penjajakan lapangan dan penyempurnaan rancangan penelitian,</li> <li>2. Pemilihan metode dan interaksi dengan subjek dan informan, dan penyiapan piranti pembantu untuk kegiatan lapangan.</li> <li>3. Pengamatan terhadap objek penelitian.</li> </ol>	<p>Berinteraksi dengan sumber data secara langsung, ataupun tidak langsung. peneliti menggunakan metode kualitatif, yaitu: observasi, studi dokumentasi, wawancara mendalam. Kemudian mengamati aspek-aspek yang berhubungan dengan strategi pembinaan dan pengelolaan hubungan perguruan tinggi dengan masyarakat.</p>	<p>Tahapan berikutnya setelah mendapat data penelitian, melakukan analisis data, dan menyajikan data serta membuat temuan penelitian dan pembahasan.</p>	<p>Jurnal International Buku Buklet tentang pelaksanaan, pengelolaan dan penerapan kerjasama humas pada perguruan tinggi</p>

