

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perguruan Tinggi merupakan tempat mengenyam pendidikan tinggi setelah lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMA). Perguruan Tinggi (PT) merupakan suatu wadah yang menyelenggarakan pendidikan akademik dalam berbagai macam rumpun ilmu. rumpun ilmu yang diajarkan pun bermacam macam dari pengetahuan hingga teknologi. Kondisi lingkungan juga berperan penting sebagai faktor mahasiswa dalam memilih PT. PT yang memiliki fasilitas baik dan lengkap tentu saja menjadi pilihan utama bagi para calon mahasiswa.

Bandung merupakan salah satu kota pendidikan yang memiliki banyak PT terbaik dan juga diminati oleh calon mahasiswa, sehingga Bandung menjadi salah satu tujuan bagi mahasiswa yang ingin mengenyam ke jenjang pendidikan. Bandung merupakan salah satu kota pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi terbaik dan juga diminati oleh calon mahasiswa, sehingga Bandung menjadi salah satu tujuan bagi mahasiswa yang ingin mengenyam ke jenjang pendidikan. Salah satu perguruan tinggi swasta yang cukup terkenal dimata masyarakat yang berada di kota Bandung yaitu Telkom University (Tel-U), dilansir dari website telkom Telkom University ini merupakan gabungan dari 4 institusi di bawah naungan YPT, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), STISI Telkom, dan Politeknik Telkom. Tel-U udah terkenal dengan brandingnya yang merupakan PTS No 1 Di Indonesia. Itulah sebabnya Peneliti memilih judul ini karena itu peneliti ingin mengetahui lebih jauh apa saja peran PR Tel-U dalam mengelola *media.relations* yang mana sangat penting untuk menjaga reputasi dan citra baik dimata masyarakat. peneliti menciptakan sebuah kebaruan dengan meneliti secara mendalam terkait aktivitas media relations dari sisi peran PR-nya. Penelitian ini memiliki pandangan bahwa peran PR di pihak korporat sangat membutuhkan media dalam menjaga citra ataupun reputasi korporat. Kesuksesan program PR dalam mengelola tentu saja bergantung pada skill serta kompetensi seluruh staff maupun koordinator divisi humas.

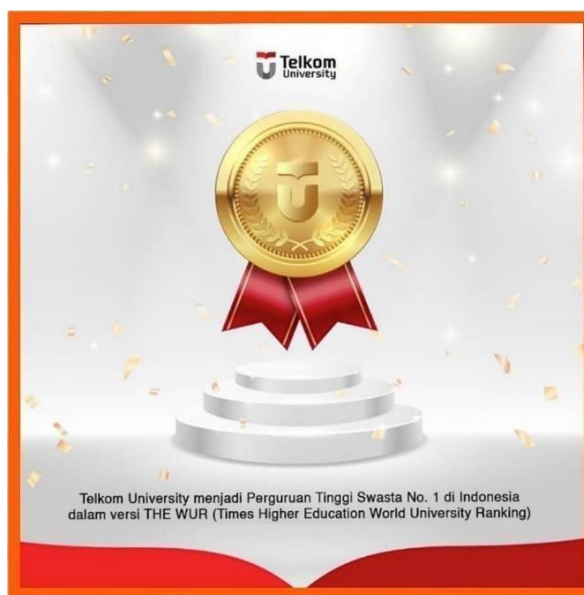
Berdasarkan Penelitian terdahulu menurut Syarifah (2019) Dengan Judul “Analisis Pelaksanaan Fungsi media relations Pada Kegiatan Acara Ulang Tahun Kota Medan 2018” perbedaannya dengan penelitian saya. Penelitian ini membahas terkait bagaimana penerapan dari sebuah fungsi-fungsi media relations melalui sebuah strategi. Dan juga peneliti terdahulu yang berjudul “Aktivitas *media relations* humas pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan Dengan Media Massa (2020)” Fokus penelitian ini adalah PR konstruksi, serta menjalin hubungan dengan wartawan sekaligus melalui media massa. Penelitian ini mengeksplorasi tentang agensi media serta, hubungan baik media lainnya Fokus penelitian ini adalah PR konstruksi, serta menjalin hubungan dengan wartawan sekaligus melalui media massa. *media relations* Sebagai Strategi *Public Relations* Dalam pengelolaan reputasi Perusahaan di PT. BNI Syariah Jakarta (2020), Fokus penelitian ini Strategi hubungan masyarakat hubungan media, sementara Penelitian ini mengeksplorasi Tentang acara media hubungan internal perusahaan media. Fokus penelitian ini strategi hubungan masyarakat hubungan media, sementara penelitian ini mengeksplorasi Tentang acara media hubungan internal perusahaan media. sedangkan dalam penelitian ini peneliti berfokus pada Peran PR Telkom University dalam mengelola *media relations*. serta meneliti apa saja program yang dilakukan oleh PR Tel-U dalam menjaga hubungan dengan media.

Pendidikan tentu saja tidak dapat dipisahkan dari bidang akademik, yaitu belajar dan mengajar, PT selama ini terus berkembang dan bersaing dalam bidang akademik dan non akademik. Setiap PT memiliki peraturan dan persyaratan yang berbeda, oleh karena itu di era sekarang ini orang tua memiliki tuntutan yang tinggi terhadap pendidikan tinggi guna memperoleh masa depan yang cerah. Memilih PT merupakan pilihan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Pemilihan jurusan juga disesuaikan dengan bakat dan kemampuan calon mahasiswa. Jurusan yang tepat menciptakan siswa yang akan memiliki kehidupan gemilang di masa depan, dalam hal ini orang tua berperan dalam memilih PT dengan reputasi dan karakteristik yang baik dari universitas yang dipilih.

Dilansir dari web sci.telkomuniversity.ac.id (diakses 27 Januari 2022) Telkom University menempati peringkat pertama Versi The WUR, yang merupakan singkatan

dari Times Higher Education World University Rankings, THE WUR, merupakan suatu publikasi tahunan pemeringkatan universitas yang diterbitkan oleh majalah Times Higher Education (THE), Majalah THE merupakan majalah yang bergengsi yang dianggap sebagai salah satu pemeringkat universitas yang paling sering disorot, THE World University Rankings 2022 kali ini, lebih dari 1.600 universitas dari 99 negara sertawilayah masuk ke dalam pemeringkatan, sehingga menjadikan THE sebagai pemeringkatan universitas terbesar dan paling beragam hingga saat ini.

THE World University Rankings sendiri selalu rutin merilis peringkat Universitas terbaik di dunia dengan 5 indikator penilaian, yaitu: pengajaran (teaching) dengan bobot 30%, penelitian (research) dengan bobot 30%, kutipan (citations) dengan bobot 30%, pemasukan dari industri (industry income) dengan bobot 2,5%, dan international outlook dengan bobot 7,5%. Dari kelima indikator tersebut, total skor yang diperoleh Tel-U adalah 18,425 menempatkan Tel-U pada peringkat ke-10 Perguruan Tinggi Indonesia dan PTS peringkat pertama versi Times Higher Education.



Gambar 1.1 Telkom University Menjadi PTS Nomor 1 Di Indonesia versi THE WUR Sumber : <https://sci.telkomuniversity.ac.id/news/telkom-university-peringkat-1-versi-the-wur/> (Diakses pada 27 Januari 2022)

Tel-U menempati daftar universitas swasta terbaik 2021 di Indonesia menurut penilaian Webometrics *Ranking of World Universities* per tahun 2021 diantaranya sebagai berikut:

1. Telkom University
2. Universitas Bina Nusantara (Binus)
3. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Universitas Islam Indonesia
5. Universitas Gunadarma
6. Universitas Kristen Satya Wacana
7. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
8. Universitas Dian Nuswantoro Semarang
9. Universitas Mercu Buana
10. Petra Cristian University/Universitas Kristen Petra

Webometrics merupakan sebuah pemeringkatan institusi pendidikan tinggi terbesar di dunia yang memberikan penilaian terhadap seluruh universitas terbaik di dunia melalui website yang dinilai berdasarkan keterbukaan akses, jumlah peneliti atau dosen, dan jumlah publikasi yang mengutip informasi dari situs PT tersebut dan diperbaharui setiap enam bulan. Tentu saja tujuan dari penelitian ini untuk memotivasi PT agar lebih mengembangkan serta meningkatkan kinerja dari PT itu sendiri dan menjadikan website sebagai media promosi dan publikasi yang bermanfaat bagi segenap civitas akademika.



Gambar 1.2 Release Berita “Peneliti Telkom University salah satu Ilmuwan Terbaik Dunia

Sumber: <https://telkomuniversity.ac.id/peneliti-telkom-university-salah-satuilmuwan-terbaik-dunia/> (Diakses pada 19 November 2021)

Selain itu ada pula prestasi go international yang kembali diraih oleh Telkom University, salah satu Dosen Telkom University berhasil dinobatkan sebagai peneliti terbaik dunia yang sudah diakui oleh oleh Stanford University dan Elsevier BV. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc., dosen Fakultas Informatika merupakan dosen tetap Telkom University, di mana beliau telah menjadi dosen di Telkom University sejak tahun 1999 hingga saat ini. Puluhan jurnal ilmiah telah dikeluarkan oleh beliau, sebanyak 19 Jurnal Internasional terindeks Scopus dan sebanyak 72 Prosiding Internasional terindeks Scopus telah dikeluarkan. Dengan Kecerdasan beliau sudah tercipta 4 inovasi, 8 paten dan 10 buku yang telah terbit.

Telkom University sudah mencapai prestasi yang gemilang, memiliki target untuk menjadi World Class University dan tentunya berusaha membangun citra dimata publik sebagai World Class University. Namun, Telkom University bukanlah satusatunya PT yang memiliki title World Class University di Indonesia. Banyak perguruan tinggi lain baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang memposisikan sebagai perguruan tinggi berkelas dunia atau World Class University. Oleh sebab itu, Telkom University berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas universitas, baik melalui pendidikan maupun sarana dan prasarana. Salah satu usaha Telkom University untuk meningkatkan kualitas adalah dengan menjaga citra baik almamaternya, tentunya dibutuhkan *Public Relations* atau yang biasa kita kenal sebagai

istilah PR, untuk membangun reputasi dan citra baiknya.

Untuk membangun reputasi serta meningkatkan citra perusahaan di era digital saat ini tentu saja banyak sekali tantangan yang harus di hadapi oleh seorang praktisi PR, dalam satu genggaman informasi akan tersebar luas dengan cepat melalui media sosial, untuk dapat berita teraktual. Menurut Soemirat dan Ardianto. F. Rachmadi : 2008) dikatakan bahwa :

“Kegiatan PR merupakan mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga maupun perusahaan itu sendiri. Berbagai aktivitas seneantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra positif. Setelah terjadinya revolusi industri, perkembangan PR sendiri semakin pesat”.

Seorang praktisi PR tentu saja harus selalu menyadari dengan jelas, bagaimana peran penting seorang PR saat berhubungan dengan media dalam kegiatan publikasi, oleh karena itu, sangatlah penting untuk PR menjalin hubungan dengan media. Media dan PR pada dasarnya saling membutuhkan dan berhubungan. Ketika perusahaan sedang mengadakan suatu event atau promosi pasti akan membutuhkan media untuk meliput agar pesan dapat sampai kepada publik. Tetapi sebaliknya, jika perusahaan terjadi suatu masalah maka akan dicari media untuk mencari tahu permasalahannya. Oleh karenanya, PR haruslah berhubungan baik dengan media agar terjadi simbiosis mutualisme diantara keduanya. Dilansir melalui website binus.ac.id/malang (diakses pada 18 November 2021) dikatakan bahwa:

“Media relations adalah kegiatan yang dilakukan oleh bagian humas yang berhubungan dengan media massa. Untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat keduanya saling membutuhkan, media massa mempunyai peranan yang sangat besar dan, transfer informasi, bahkan komunikasi, dapat dilakukan dengan menggunakan media massa, transfer pengetahuan hal ini kegiatan publikasi suatu instansi maupun perusahaan”. Berdasarkan hasil observasi diatas yang di lakukan peneliti, hubungan antara Media dengan PR sangatlah krusial karena memiliki tujuan utama meningkatkan reputasi sebuah instansi ataupun perusahaan. Melalui media, reputasi perusahaan dibangun dan tentunya akan membentuk dukungan dan jaringan

untuk perusahaan. Ketika media relations terjalin dengan baik, maka kepercayaan publik terhadap perusahaan juga akan meningkat, karena informasi yang disampaikan media akan disambut baik oleh publik.”

Menurut Rini Damastuti (2012) dalam bukunya media relations:

“Strategy Concepts and Applications bahwa kegiatan media relations dapat dibagi menjadi dua bentuk, yang pertama adalah tulisan, seperti press release, artikel yang ditulis untuk redaksi, pemberitahuan tentang pelayanan publik, dan komunikasi melalui media internet. Kedua, menyelenggarakan acara atau kegiatan, seperti media gathering atau media relations bagi praktisi humas, news call untuk menyampaikan informasi melalui telepon, dan kegiatan media, seperti mengundang media menjadi sponsor acara, dan tentunya konferensi pers dengan media.”

Kunci dari aktivitas hubungan media adalah konsistensi. Seorang Praktisi PR, harus terus terkoneksi dengan media, bagaimanapun, hubungan media adalah strategi yang diadopsi oleh departemen PR dalam membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan. Menurut Frank Jefkins (1992:98) “Media Relations atau yang sering disebut sebagai hubungan pers merupakan usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan”. Oleh karenanya setiap aktivitas publikasi yang telah dilaksanakan oleh PR perlu dievaluasi. Proses evaluasi ini sendiri dilakukan agar menjadi sebuah informasi bagi khalayak yang berkaitan. Serta menjadi pembelajaran mengetahui apa yang kurang dan sebaiknya dipertahankan dari kinerja yang telah dilakukan.

Kesimpulan dari research gap dalam penelitian ini, dalam penelitian ini yang berbeda dengan penelitian sebelumnya peneliti ingin mengetahui dengan banyaknya prestasi yang telah dimiliki oleh Telkom University Peneliti ingin melihat seperti apa kinerja PR Telkom University sebagai garda terdepan dalam mengelola *media relations* yang mana *media relations* dapat menjadi sebuah acuan dalam menentukan reputasi Tel-U agar selalu ter update oleh media. Peneliti akan menggunakan metode penelitian dengan metode penelitian kualitatif deskriptif yang tidak bisa diwakilkan dengan angka, karena data yang diambil berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini juga menelaah progra-program PR Tel-U yang sudah dilakukan dalam kegiatan *media*

relations Untuk itu peneliti memilih judul Peran PR Telkom University dalam mengelola *media relations*

1.2 Fokus Penelitian

Agar penelitian ini jadi lebih terarah, serta jangkauannya tidak terlalu luas, fokus pada subjek dan objek yang diteliti maka penulis membatasinya untuk mengetahui Peran *Public Relations* Telkom University dalam mengelola *media relations*

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah diteliti identifikasi masalah yang di dapat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *public relations* Telkom University dalam Mengelola *media relations*?
2. Apa saja program yang dilakukan oleh *Public Relations* Telkom University dalam menjalin hubungan dengan media ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah peneliti tentukan, maka tujuan dari penelitian ini terdiri dari beberapa hal sebagai berikut yaitu :

1. untuk mengetahui peran *public relations* Telkom University dalam Mengelola *media relations*.
2. Mengetahui program yang dilakukan oleh *Public Relations* Telkom University dalam *menjalin* hubungan dengan media

1.5 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, sebuah penelitian tentu saja harus memiliki kegunaan, baik kegunaan untuk dunia akademis (teoritis) maupun kegunaan yang dapat digunakan dalam dunia praktis. Berikut ini adalah kegunaan teoritis dan

kegunaan praktis dari penelitian ini:

a. Manfaat Teoritis

Beberapa manfaat teoritis yang ingin dicapai oleh peneliti adalah : “Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan wawasan dan kontribusi pada bidang public relations khususnya dalam memanfaatkan fungsi publisitas untuk membentuk citra sebuah institusi”

b. Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis yang ingin peneliti raih adalah diharapkan penelitian ini bisa menjadi sebuah saran yang membangun bagi Departement *public relations* and *analytics* almamater peneliti tercinta Telkom University dalam mengelola media relations untuk membangun citra positif khususnya dalam memanfaatkan media massa untuk sarana publisitas. Peneliti juga berharap penelitian ini nantinya dapat menjadi panduan bagi PR Telkom University untuk semakin menjaga citra positifnya

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan Oktober 2021- Maret 2022 Rincian waktu dan periode dan periode penelitian dapat dilihat pada tabel berikut

TABEL 1.1 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

NO	Tahapan	2021			2022			
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	
1.	Persiapan dalam mencari tema							
2.	Proses penyusunan bab 1-3							
3.	Sidang Desk							

	Evaluation							
4.	Pengumpulan data dan Observasi							
5.	Proses analisis dan pengolahan data							
6.	Penyelesaian Bab 4-5							

Sumber: Olahan Peneliti 2021