

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

Dalam Bab IV ini, peneliti memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara dan survey serta studi pustaka di Biro Humas dan Protokol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian selanjutnya akan disajikan dan dianalisis secara kualitatif dengan maksud agar analisa terhadap seluruh data tersebut dapat diserhanakan dan lebih mudah dipahami sehingga dapat menggambarkan realitas di lapangan secara jelas dan tepat. Deskripsi data-data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui aktifitas kinerja Humas dan Protokol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

#### **A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

##### **1. Sejarah Berdirinya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Muhammadiyah adalah organisasi da'wah. Latar belakang didirikannya Muhammadiyah karena beberapa factor diantaranya yaitu kebodohan umat, rasa rendah diri yang ada pada diri umat Islam, sistem pendidikan yang sudah tidak relevan dan kemiskinan umat yang terjadi pada

tahun 1912. Oleh karenanya diperlukan pembaharuan Islam yang dapat meningkatkan kehidupan umat Islam, melalui sebuah organisasi yang mampu memberikan pencerahan. Organisasi tersebut adalah Muhammadiyah yang didirikan K.H. Ahmad Dahlan di Yogyakarta pada tanggal 18 November 1912. K.H.Ahmad Dahlan dikenal sebagai sosok pembaharuan dan membangkitkan Islam di Indonesia. Selain itu, beliau disebut sebagai tokoh yang telah mempertemukan ilmu-ilmu agama dengan kemajuan teknologi. Beliau juga salah seorang khatib di masjid besar Kesultanan Yogyakarta (Rosidi:48)

Muhammadiyah dianggap sebagai organisasi modern pada waktu itu diantaranya adalah bentuk organisasi yang terorganisir dengan rapi, hal tersebut dapat terlihat dari jenjang struktur kepengurusan yang saling berkesinambungan mulai dari tingkat pusat, wilayah, daerah, cabang dan ranting. Di dalam struktur juga terdapat organisasi otonom seperti 'Aisyiyah, Nasyyatul 'Aisyiyah, Pemuda Muhammadiyah, Ikatan Remaja Muhammadiyah, dan Tapak Suci putra Muhammadiyah serta Majelis.

Ditinjau dari segi ruang lingkup bidang garapannya, Muhammadiyah merupakan suatu organisasi besar yang selain mempunyai organisasi-organisasi otonom juga mempunyai bagian-bagian yang mencakup berbagai bidang di antaranya adalah bidang pendidikan, kesehatan, dan tabligh. Dengan tujuan diantaranya untuk penyantunan iman, akhlak yang terpuji lewat sarana pendidikan dan dakwah, mengintensifkan pendidikan dan pengajaran Muhammadiyah, dengan upaya mendapatkan sistem pendidikan Islam yang tepat dalam mengintegrasikan iman, Islam dan teknologi. Kemudian meningkatkan kesadaran jiwa solidaritas masyarakat untuk terciptanya kesejahteraan umat melalui Majelis PKU ( Pembina Kesejahteraan Umat).

Di bidang kesehatan, agar masyarakat mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik serta untuk kesejahteraan umat, sebagai tindak nyata dalam kegiatan amal usahanya dibangun Poliklinik Muhammadiyah, Rumah Bersalin, Rumah Sakit Islam, dan RS PKU Muhammadiyah, penyuluhan KB sesuai orientasi Islam dan panti Asuhan Muhammadiyah, serta pendidikan keterampilan menuju keluarga sejahtera ( Rosidi, 1982 ; 66)

Selain itu Muhammadiyah juga focus pada peningkatan sumber daya manusia, oleh karenanya Muhammadiyah berperan aktif dalam pendidikan, salah satunya dengan langkah pembaharuan yang digemakan oleh K.H Ahmad Dahlan yaitu sistem pendidikan dengan metode klasikal, didaktif yang efisien, bertujuan terwujudnya ulama intelek dan intelek ulama (Rosidi, 1982: 50), majelis pendidikan pengajaran dan kebudayaan Muhammadiyah mulai didirikan pada tanggal 14 juli 1923. Wujud dalam bidang pendidikan ini dibangunnya sekolah-sekolah Muhammadiyah mulai dari tingkat Sekolah Dasar, Sekolah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Kejuruan, Madrasah, Institut Agama Islam hingga Perguruan Tinggi

Selain membangun sekolah-sekolah formal Muhammadiyah di Indonesia, para aktifis Muhammadiyah juga terdorong niatan untuk membangun Perguruan Tinggi. Salah satunya dengan mendirikan Perguruan Tinggi di Yogyakarta, karena dilihat dari nilai historis Yogyakarta merupakan kota kelahiran Muhammadiyah, selain itu banyaknya Perguruan Tinggi yang sudah berdiri di

Yogyakarta. Oleh karenanya memotivasi para aktifis Muhammadiyah untuk membangun sebuah Universitas berbasis Muhammadiyah. Niat mendirikan UMY telah ada sejak lama, Prof. Kahar Muzakir dalam berbagai kesempatan melemparkan gagasan perlunya didirikan Universitas Muhammadiyah. Berawal dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah majelis pengajaran yang meresmikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Yogyakarta (FKIP), secara eksplisit piagam pendirian FKIP sebagai bagian dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **2. Visi dan Misi**

Dalam mewujudkan sebagai Universitas Yang Unggul, berkembang serta mendapatkan reputasi dan citra baik (Islami) dari khalayak luas. Untuk itu, perlu dirumuskan suatu pola pemikiran yang menjadi kerangka gerak dan landasan bagi setiap program kerja dan aktifitas yang dilakukan oleh UMY dalam mencapai cita-citanya. Konsep pola pemikiran tersebut dituangkan dalam Visi dan Misi UMY :

- a. **Visi** : Menjadi universitas yang unggul dalam pengembangan ilmu dan teknologi dengan berlandaskan Nilai-nilai Islam untuk kemaslahatan umat
- b. **Misi** :
  - 1) Meningkatkan harkat manusia dalam upaya meneguhkan nilai-nilai kemanusiaan dan peradaban
  - 2) Berperan sebagai pusat pengembangan Muhammadiyah untuk menyejahterakan dan mencerdaskan umat
  - 3) Mendukung pengembangan Yogyakarta sebagai wilayah yang menghargai keragaman budaya
  - 4) Mengembangkan peserta didik agar menjadi lulusan yang berakhlak mulia, berwawasan dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi

### **3. Tujuan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Terwujudnya Sarjana Muslim yang berakhlak mulia, cakap, percaya diri, mampu mengembangkan ilmu

pengetahuan dan teknologi serta berguna bagi umat, bangsa dan kemanusiaan

#### **4. Lambang Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

- a. Lambang UMY berbentuk gambar matahari dengan dua belas sinar yang memancar ke segenap penjuru, dengan warna kuning keemasan, diambil dari lambang Persyarikatan Muhammadiyah. Ditengah tengah matahari tertulis Muhammadiyah, dengan huruf arab yang berarti : Pengikut Nabi Muhammad SAW. Pada lingkaran luar sebelah atas tertulis syahadat tauhid dengan huruf Arab : “Asyhadu Anla illaha lla Alloh” yang artinya “Saya bersaksi bahwasanya tiada Tuhan selain Alloh” . pada lingkaran luar sebelah bawah tertulis syahadat Rasul dengan huruf Arab : Wa asyhadu anna Muhammadar Rosululloh” yang artinya “Dan saya bersaksi bahwasanya Muhammad SAW adalah utusan Alloh . Gambar matahari melambangkan daya vitalitas dan dinamika yang memancar dari dalam dirinya sendiri, yang memberikan kehidupan pada lainnya. Muhamamdiyah mentamsilkan dirinya sebagaimana

matahari yang akan memancarkan sinar kehidupan rohani, yang intinya terletak dalam dua kalimat syahadat kepada siapapun yang ditemuinya (Al Anfal:24). Dua belas sinar matahari melambangkan semangat kaum Hawary, yaitu dua belas sahabat nabi Isa as yang senantiasa siap berjuang demi kemuliaan Agama Islam. Muhamamdiyah mentamsilkan dirinya sebagai kaum Hawary yang memiliki semangat juang yang sangat tinggi untuk melaksanakan dakwah Islam Amar Ma'ruf Nahi mungkar dimana dan kapanpun juga dengan dilandasi motivasi semata mata mencari keridloan Alloh SWT (As Shaff : 14). Lambang matahari dijadikan inti lambang Universitas sekaligus memberikan penegasan bahwa UMY merupakan salah satu amal usaha Muhamamdiyah, berdiri di bawah panji-panji Persyarikatan Muhammadiyah , dan oleh karena itu seluruh nafas, gerak, dan aktifitasnya senantiasa wajib diselaraskan dengan keyakinan dan cita-cita hidup Muhamamdiyah.



- b. Padi dan Kapas yang melingkari matahari melambangkan kesejahteraan dan kemakmuran. UMY merupakan lembaga pendidikan tinggi yang didirikan oleh Persyarikatan Muhammadiyah, bertujuan untuk terwujudnya sarjana muslim berakhlak mulia, yaitu cendekiaawan yang siap mengemban misi selaku khalifah Alloh diatas muka bumi,yang tugas utamanya mengupayakan terwujudnya kehidupan mayarakat yang penuh dengan keadilan, kebenaran, dan kedamaian, serta terwujudnya kehidupan masyarakat yang makmur sejahtera. Lima kelopak bunga yang melngkar melambangkan Pancasila sebagai dasar dan falsafah Negara Republik Indonesia. Dan sekaligus melambangkan Dinnul Islam yang ditegakkan di atas lima prinsip : Dua Kalimat Syahadat, Shalat, Puasa Ramadlan, Menunaikan zakat, dan Haji ke Baitulloh. Lima kelopak bunga ini melatarbelakangi gambar matahari yang dilingkari oleh padi dan kapas
- c. Di luar padi dan kapas tertulis secara melingkar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

d. Seluruh lambang berada di atas warna hijau daun, melambangkan sifat kesabaran, ketelitian dan keikhlasan. Artinya bahwa dalam melaksanakan tugas utamanya seluruh unsur yang terlibat di dalam Universitas harus dilandasi dengan prinsip kesabaran, ketelitian, dan keikhlasan semata-mata mencari ridlo Allah SWT.

#### **5. Slogan/ Tagline / Motto**

Slogan UMY digagas sebagai bentuk kesadaran UMY untuk tampil sebagai Universitas yang unggul dalam pengembangan ilmu dan teknologi yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman. UMY berorientasi menjadi Universitas yang unggul (leading) baik dalam pengembangan keilmuan, penyelenggaraan proses pendidikan, pengembangan Muhammadiyah sebagai gerakan sosial-keagamaan serta pengembangan masyarakat secara luas. Motto merupakan suatu penegasan komitmen seluruh civitas akademika untuk mempersatukan tekad dan semangat dalam mencapai target-target pengelolaan Universitas dalam jangka waktu tertentu yang ditetapkan dengan keputusan Rektor .

## 6. Struktur Organisasi UMY

Pimpinan Pusat Muhammadiyah adalah penyelenggara Perguruan Tinggi Muhammadiyah, termasuk UMY. Untuk melaksanakan tugas penyelenggaraan, dibentuk Badan Pembina Harian (BPH). Selain itu diangkat pula Dewan Penyantun yang terdiri dari tokoh tokoh masyarakat maupun tokoh-tokoh Muhammadiyah yang dipandang kompeten.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor : 30 Tahun 1990, organisasi UMY terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Unsur Pimpinan Universitas yaitu Rektor dan Wakil Rektor
- b. Senat Universitas
- c. Unsur Pelaksana Akademis, yaitu Fakultas, Badan-Badan, dan Lembaga-lembaga seperti : Badan Penjaminan Mutu, Badan Perencanaan dan Pengembangan, Lembaga Pengembangan pembelajaran, Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam(LPPI), Lembaga Penelitian, Pengembangan dan Pengabdian

pada Masyarakat (LP3M), Lembaga Pengembangan dan pembelajaran, dan Pusat Studi – Pusat Studi

- d. Unsur Pelaksana Administrasi, yaitu Biro Administrasi Akademik, Biro Umum, Biro Keuangan, Biro Sumber Daya Manusia, Biro Pengelolaan Asset, Biro Sistem Informasi, Biro Kerjasama, Biro Hukum, Biro Humas dan Protokol, dan Biro Penerimaan Mahasiswa Baru.
- e. Unsur Unit Pelaksana Teknis, yaitu Perpustakaan, American Corner, Warung Perancis, Pusat Komputer, dan Pusat pelatihan Bahasa. ( Buku Panduan UMY 2015-2016: 17)

Adapun bagan struktur organisasi UMY dapat dilihat pada lampiran.

## **7. Fakultas dan Akreditasi**

Berdasarkan Surat Keputusan dari Badan Akreditasi Nasional–Perguruan Tinggi No. 061/SK/BAN-PT/Ak-IV/PT/II/2013, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ditetapkan sebagai universitas yang telah terakreditasi A. Akreditasi A yang diraih UMY ini menunjukkan bahwa UMY telah diakui secara nasional dan oleh masyarakat luas.

UMY juga berhasil mendapatkan akreditasi internasional dari QS Stars dengan perolehan Bintang 5 untuk bidang Fasilitas (*Facility*), Tanggungjawab Sosial (*Social Responsibility*), dan Inklusivitas (*Inclusiveness*), Bintang 4 untuk bidang Pengajaran (*Teaching*) dan Bintang 3 untuk bidang Daya Serap Lulusan (*Employability*).

Berikut adalah nama program studi dan status akreditasinya :

No	Fakultas	Program Studi	Akreditasi
1	Agama Islam	Komunikasi dan Penyiaran Islam	A
		Pendidikan Agama Islam	A
		Ekonomi Keuangan dan Perbankan Islam	A
2	Ekonomi	Manajemen	A
		Akuntansi	A
		Ekonomi Keuangan dan Perbankan Syariah	A
3	Hukum	Ilmu Hukum	A
4	Ilmu Sosial & Politik	Ilmu Hubungan Internasional	A
		Ilmu Pemerintahan	A
		Ilmu Komunikasi	A
5	Pertanian	Agroteknologi	A
		Agribisnis	A
6	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	Pendidikan Dokter	B

No	Fakultas	Program Studi	Akreditasi
		Ilmu Keperawatan	A
		Pendidikan Dokter Gigi	A
		Farmasi	B
7	Teknik	Teknik Elektro	B
		Teknik Mesin	B
		Teknik Sipil	B
8	Pendidikan Bahasa	Pendidikan Bahasa Inggris	A
		Pendidikan Bahasa Arab	C
		Pendidikan Bahasa Jepang	C
10	Pascasarjana	Magister Manajemen	B
		Magister Studi Islam	B
		Magister Manajemen Rumah Sakit	B
		Magister Ilmu Hubungan Internasional	B
		Magister Ilmu Pemerintahan	A
		Magister Ilmu Hukum	B
		Program Doktor Politik Islam	A
		Program Doktor Psikologi Pendidikan Islam	B

## **8. Profil Akademis dan Fasilitas**

Selain beragamnya program studi yang disertai dengan akreditasi yang baik, UMY memiliki tenaga edukatif yang memadai untuk menunjang proses belajar mengajar. Demi mempertahankan kualitas dan meningkatkan mutu pendidikan, banyak dosen UMY yang dikirim untuk studi lanjut, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Untuk tahun 2016-2017 jumlah dosen yang ada di UMY adalah 478 orang Dosen Tetap, 44 Dosen DPK (Milik Negara - dalam hal ini Kopertis wil V), dan 39 Dosen Kontrak, dengan jenjang pendidikan S2 yang sedang mengikuti studi S3 117 orang dan sebanyak 133 orang bergelar Doktor, serta 5 orang bergelar Profesor. Untuk tenaga kependidikan, UMY mempunyai 269 pegawai tetap dan 42 pegawai kontrak, serta 11 instruktur untuk bahasa asing di Pusat Pelatihan Bahasa (Data pegawai Edukatif-UMY, 2016, BSDM).

Untuk menunjang proses pendidikan, UMY menyediakan sarana fasilitas perkuliahan yang dapat digunakan mahasiswa untuk belajar. Adapun fasilitas-fasilitas yang disediakan UMY adalah sebagai berikut :

- a. Perpustakaan
- b. Laboratorium
- c. Pusat pelatihan Bahasa
- d. Lembaga Penelitian, Pengembangan dan Pengabdian pada Masyarakat
- e. Pusat Studi
- f. Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam
- g. Pusat Komputer
- h. Poliklinik
- i. Lapangan sepak bola
- j. Lapangan futsal
- k. Lapangan Tenis
- l. Lapangan Basket
- m. Area tenis Meja
- n. Student Centre
- o. University Residence
- p. Rumah Sakit Pendidikan
- q. Masjid
- r. Kantin
- s. Kopma
- t. Wifi



## **9. Beasiswa UMY**

Dalam rangka mewujudkan peningkatan mutu pendidikan, UMY juga memfokuskan pada pemberian bantuan beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi maupun mahasiswa kurang mampu karena ekonomi atau karena korban bencana alam. UMY banyak memberikan pilihan beasiswa akademik dan non akademik kepada mahasiswa agar tetap dapat melanjutkan pendidikan. Diantara Beasiswa tersebut adalah :

- a. Beasiswa Kader Unggulan Muhammadiyah
- b. Beasiswa Hafizh Muhammadiyah
- c. Beasiswa Prestasi Unggulan

## **B. Gambaran Umum Biro Humas dan Protokol**

### **1. Sejarah dibentuknya Biro Humas dan Protokol**

Pada awalnya UMY belum memiliki Humas dan pada waktu itu kegiatan Humas dilakukan oleh siapa saja. Sebelum tahun 2002 bidang Humas dan Keprotokolan dikeola oleh Rektorat. Pada tahun 2002, Rektor terpilih yakni Dr. Khoiruddin Bashori membentuk Biro Humas dan Kerjasama. Sehingga Biro Humas dan Protokol sekarang ini,

muncul dari perubahan Biro sebelumnya, yaitu Biro Humas dan Kerjasama (BHK). BHK lahir pada tahun 2002, tepatnya di awal kepemimpinan Rektor UMY ke-4 Dr. Khoiruddin Bashori. Pada masa itu ruang lingkup kerja BHK mulai dari merintis *media relations*, promosi dan menginisiasi kerjasama dengan pihak luar UMY. Mulai tahun 2004 struktur di BHK berkembang menjadi dua divisi, Divisi Humas dan Promosi, dan Divisi Kerjasama. Divisi Humas dan promosi menangani pekerjaan Humas dan Promosi Universitas, sedangkan Divisi Kerjasama menangani inisiasi kerjasama, perpanjangan kerjasama, dan tamu tamu UMY yang berminat menjalin kerjasama dengan UMY.

Berbagai kerjasama dalam dan luar negeri terjalin lebih baik sejak adanya BHK, diantaranya American Corner, Iranian Corner, dan beberapa kerjasama dengan Universitas-Universitas baik di Dalam Negeri ataupun Luar Negeri. Sedangkan pemberitaan UMY di media massa juga semakin meningkat sejak kehadiran BHK, serta promosi-promosi UMY mulai ditangani secara lebih sistematis.

Mengingat makin pentingnya proses promosi khususnya untuk mendapatkan mahasiswa baru, mulai tahun 2005 muncullah Biro Admisi UMY dan tugas Promosi mulai dilimpahkan kepada Biro Admisi ini. Namun demikian, divisi Humas dan Promosi masih mensupport pekerjaan promosi khususnya promosi di media massa.

Mulai tahun 2008 BHK mengalami sedikit perubahan struktur. Divisi Humas dan Promosi menjadi divisi Humas saja. Hal ini membawa implikasi pemisahan tugas secara tegas antara Humas dan Promosi. Divisi Humas khusus menangani publik internal dan eksternal, sedangkan promosi ditangani sepenuhnya oleh Biro Admisi dan Promosi. BHK juga menangani segala bentuk urusan keprotokolan yang ada di Universitas. Pertengahan tahun 2009 restrukturisasi besar-besaran terjadi di UMY termasuk Biro Humas dan kerjasama. Kedua Biro yang berada langsung dibawah koordinasi Rektor ini dipisah menjadi Biro Humas dan Protokol (BHP) dan Biro Kerjasama. Pemisahan ini semakin mempertegas fungsi Humas dalam Universitas yang lebih fokus menangani pencitraan Universitas, menjalankan fungsi

komunikasi dan informasi Universitas. Dalam sistem baru ini, BHP awalnya hanya memiliki satu struktur urusan dibawah Kepala Biro, yaitu Kepala Urusan Humas, namun mulai bulan Oktober 2013 dalam Biro Humas dan Protokol menjadi bertambah Dua Urusan lagi, yaitu Urusan Protokol dan Urusan Website, sehingga total menjadi Tiga Urusan yang ada di Biro Humas dan Protokol dibawah koordinasi Kepala Biro.

## **2. Tugas Pokok dan Fungsi Biro Humas dan Protokol**

Aktifitas *Public Relations* dalam sebuah organisasi cukup banyak, bahkan seringkali mereka bekerja melebihi jam kerja karyawan lainnya, khususnya saat ada spesial event yang diselenggarakan organisasi tempat bernaungnya. Yang termasuk dalam Job description Humas Protokol adalah menjaga Citra Universitas, termasuk juga *Hospitality* (penyambutan tamu) (Wardani 2008: 2-6). Seorang *Public Relations* juga harus mengetahui bagaimana sistematika Publikasi, sehingga langkah apa yang harus ditempuh untuk mensukseskan program dapat dilakukan dengan baik dan benar.

Strategi yang diadaptasi *Public Relations* dalam berkomunikasi menurut Cutlip, Center, dan Broom (2000:424) dikenal dengan istilah ‘7-Cs *PR Communications*’ yaitu :

a. *Credibility*

Menimbulkan kepercayaan yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh, untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respek.

b. *Context*

Berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, dalam hal ini pesan yang disampaikan harus mendukung lingkungan social melalui pemberitaan diberbagai media massa.

c. *Content*

Pesan yang disampaikan oleh Humas menyangkut kepentingan orang banyak atau public sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.

d. *Clarity*

Seorang *Public Relations* atau Humas harus bisa menyusun kata-kata yang jelas dan mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dengan komunikan dalam hal kesamaan maksud, tema dan tujuan semua pihak.

e. *Continuity and Concistency*

Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir. Oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan variasi pesan. Maka dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk, dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.

f. *Channels*

Menggunakan saluran media informasi yang tepat dan dipercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran.

g. *Capability of The Audience*

Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak, dan komunikasi dapat efektif yang berkaitan dengan faktor-faktor bermanfaat, kebiasaan,

kemampuan membaca, dan mengembangkan pengetahuan bagi khalayak (Rosady, 1997: 110-111). Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai Humas (*Public Relations*) (Rosady, 1997: 74). Setiap perusahaan atau lembaga pastinya mempunyai tujuan untuk mendapatkan atau mempunyai citra yang baik dimata masyarakat.

Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi. Tugas seorang *Public Relations* atau Humas adalah menegakkan citra organisasi atau perusahaan yang diwakili agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan.

Pengertian citra itu abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis. Namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk yang datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian atau tanggapan dari masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik serta menguntungkan atas suatu perusahaan atau

organisasi terhadap pelayanan produk yang diwakili oleh *public relations*. Kepercayaan yang diberikan individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, hal tersebut adalah Citra (*image*).

Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi. Tugas seorang *public relations* atau humas adalah menegakkan citra organisasi atau perusahaan yang diwakili agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan. Perhatian seorang Humas terhadap penegakan citra berkaitan erat dengan persepsi, sikap (pendirian), dan opini *stakeholders* (Kasali, 1994:30). Seorang Humas harus bisa menggalang opini publik yang baik sehingga tercipta citra yang baik juga bagi instansi atau organisasi.

Landasan citra berakar pada “nilai-nilai kepercayaan’ yang konkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-



individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak (Rosady, 1997: 75).

Menciptakan citra yang positif pada suatu Perguruan Tinggi atau organisasi tidak lepas dari pengaruh opini publik. Apabila opini publik yang berkembang positif, maka citra perusahaan / organisasi akan positif, begitu juga sebaliknya, apabila opini publik negatif maka citra yang dimiliki perusahaan/ organisasi tersebut juga negatif. Hal ini menuntut Humas harus menggalang opini public yang positif dan dengan baik. Untuk membentuk opini publik yang positif, diperlukan suatu strategi yang sistematis bagaimana cara berkomunikasi untuk menggalang opini publik yang positif, sehingga kesan atau citra tentang perusahaan/ organisasi tersebut di masyarakat pun positif.

Menurut Frank Jefkins dalam Ruslan (2007: 77-79), ada beberapa jenis citra (image) yang dikenal dalam PR, yaitu :

a. Citra Cermin

Citra cermin diakui oleh perusahaan yang bersangkutan, terutama pemimpinnya yang merasa

dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan, dan citra di masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa jadi justru mencerminkan citra negatif yang muncul.

b. Citra Kini

Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau organisasi atau yang berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi baik penerimanya, sehingga dalam posisi tersebut pihak PR akan menjadi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk (*prejudice*) dan hingga muncul kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan negatif yang diperolehnya.

c. Citra Keinginan

Citra keinginan adalah kesan seperti apa yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal

(*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif yang diberikan oleh publiknya.

d. Citra Perusahaan

Citra ini berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam marketing, hingga berkaitan dengan tanggungjawab sosial. Dalam hal ini, PR berupaya ikut bertanggungjawab untuk mempertahankan citra perusahaan.

e. Citra Serbaneka

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan diatas. Bagaimana PR akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, logo, brand's named dan sebagainya. Semua itu akan diidentifikasi ke dalam suatu citra perusahaan.

f. Citra Penampilan pada pelanggan (Ruslan,2007: 77-79)

Citra penampilan ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para

professional pada perusahaan bersangkutan. Seperti dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, menyambut tamu dan pelanggan yang baik, serta memberikan kesan yang selalu baik.

Strategi-strategi media relations yang dilakukan Humas (PR) UMY dalam membentuk Citra di masyarakat, Yaitu : Memberikan pemberitaan yang positif, penyampaian kegiatan yang ada di UMY kepada masyarakat, banyak menginformasikan kegiatan internal UMY ke masyarakat. Bentuk bentuk kegiatan media relations yang dilakukan BHP UMY dalam mencapai tujuan membentuk citra di masyarakat, meliputi : press conference, press release, pembuatan berita tulisan, media gathering.

### **3. Deskripsi Urusan di Biro Humas dan Protokol**

#### **a. Urusan Humas**

##### **1) Pengertian Hubungan Masyarakat**

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi .

Menurut IPRA (*International Public Relations Association*) Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public di antara mereka. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya.

Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Contoh dari kegiatan-kegiatan Humas adalah: melobi, berbicara di depan publik, menyelenggarakan acara, menerima tamu dan membuat pernyataan/ berita tertulis.

## 2) Pekerjaan Seorang Humas

Pekerjaan seorang humas adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang humas dalam mempromosikan pengertian dan pengetahuan akan seluruh fakta-fakta tentang runtutan situasi atau sebuah situasi dengan sedemikian rupa sehingga mendapatkan simpati akan kejadian tersebut.

Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang petugas humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.

Bagian penting dari pekerjaan petugas Humas dalam suatu organisasi adalah :

- a) Membuat kesan (*image*)
- b) Pengetahuan dan pengertian
- c) Menciptakan ketertarikan
- d) Penerimaan
- e) Simpati

Humas adalah sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri, serta membuat pernyataan-pernyataan keluar

Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.

### 3) Fungsi Humas

Menurut Edward L. Bernays humas memiliki fungsi sebagai berikut :

- a) memberikan penerangan kepada publik,
- b) melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik
- c) Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya

Penelitian yang diadakan oleh *International Public Relations Association* (IPRA) pada tahun 1981 menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi PR/humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu:

- a) Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia



- b) Membuat analisis “trend” masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
- c) Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
- d) Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh.
- e) Mencegah konflik dan salah pengertian.
- f) Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- g) Melakukan penyesuaian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.
- h) Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen.
- i) Memperbaiki hubungan industrial.
- j) Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi
- k) keinginan anggota untuk keluar dari institusi.

- l) Memasyarakatkan produk atau layanan.
  - m) Mengusahakan perolehan laba yang maksimal.
  - n) Menciptakan jadi diri institusi.
  - o) Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional
  - p) Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi
- 4) Tujuan Humas

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan tergolong dua golongan besar yaitu:

- a) Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)
  - (1) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.
  - (2) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
  - (3) Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
- b) Komunikasi Eksternal (masyarakat)
  - (1) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.

- (2) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
- (3) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan. Obyektif atau tujuan PR yaitu "Pengertian". *"The object of PR is not the achievement of a favourable image, a favourable climate of opinion, or favourable by the media". PR is about achieving an UNDERSTANDING.*

Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: *hostility, prejudice, apathy, ignorance*. Sedangkan melalui pengertian

kita berusaha merubahnya menjadi: *sympathy, acceptance, interest dan knowledge.*

5) Tugas Humas

- a) Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik.
- b) Mempertemukan kepentingan organisasi / lembaga dengan kepentingan publik
- c) Kepentingan organisasi/lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya yang sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan.
- d) Mengevaluasi program-program organisasi / lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik.

Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas. Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk memberinasihi apakah suatu program sebaiknya diteruskan atautah ditunda atautah dihentikan.

Aktifitas yang terkait dengan Urusan Humas adalah Media Relations, menjaga *image* institusi, dan menjaga hubungan yang baik antar pegawai. Berkenaan dengan hubungan publik (*public relations*) dan hubungan pers (*press relations*), Frank Jefkins dalam bukunya 'Hubungan Masyarakat' terbitan PT. Intermesa, Jakarta (1992) menyatakan bahwa : kedua hubungan tersebut dinyatakan sebagai sesuatu yang sama, padahal keduanya memiliki perbedaaan mendasar baik dari segi fungsi utama maupun perannya. Hubungan media dan pers (*media and pers relations*) merupakan alat pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan

program kerja atau untuk kelancaran aktifitas komunikasi Humas dengan publik.

Karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan, maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari publikasi, Humas merupakan prioritas utama. Hal ini dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa. Lesliy (1991:7) menjelaskan *media relations* sebagai hubungan dengan komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Definisi hubungan pers (*pers relations*) menurut Frank Jefkins, yaitu : ‘Peranan hubungan pers adalah untuk mencapai publikasi atau penyiaran semaksimal mungkin, sedangkan informasi Hubungan Masyarakat untuk menciptakan pengenalan dan pengertian’ (Jefkins, 1996: 99)

Membina hubungan dengan media dan pers (*media and pers relations*) merupakan bagian dari fungsi Humas, khususnya sebagai alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktifitas komunikasi Humas dengan pihak publik sebagai sasarannya (Rosady,1997: 170). Humas atau *Public Relations* tidak mungkin lepas dari media massa, melihat tugasnya sebagai moderator antara masyarakat dengan perusahaan atau instansi maka memerlukan sarana penghubung yang dibutuhkan untuk publikasi. Setiap melakukan tugasnya Humas membutuhkan bantuan dari media massa untuk menghubungkan dengan publik.

Karena watak komunikasi dalam *Public Relations* adalah dua arah, maka praktik *media relations* bukan hanya menkomunikasikan keluar organisasi melainkan juga menjadi komunikan yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi (Iriantara, 2005: 32). Sedangkan berkenaan dengan hubungan public (*public relations*) dan hubungan pers (*pers*

*relations*) yang keduanya sama-sama menggunakan inisial PR, Frank Jefkins dalam bukunya Hubungan Masyarakat terbitan PT. Intermesa Jakarta (1992) menyatakan : kedua hubungan tersebut dinyatakan sebagai sesuatu yang sama. Padahal keduanya memiliki perbedaan mendasar baik dari segi fungsi utama maupun perannya.

Hubungan media dan pers (*media and pers relations*) sebagai alat pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktifitas komunikasi Humas dengan pihak public. Karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi, Humas merupakan prioritas utama. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa. Disamping hal



tersebut, kerja sama dengan pers akan menghasilkan frekuensi publisitas yang cukup tinggi. Dampak pemberitaan tersebut baik yang bersifat *stimultaneity effect* (efek keserempakan), efek dramatis, atau efek publisitas tinggi, dan memiliki pengaruh yang luar biasa besarnya terhadap pemebntukan opini public dalm waktu yang relative singkat, sehubungan dengan jumlah pembaca atau audiensi yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan dalam waktu bersamaan (Rosady Ruslan, 2006: 167-168).

Aktifitas Humas yang korelasinya dengan *pers relations* yaitu dalam hal teknik pembuatan produk-produk publikasi, informasi dan berita dalam bentuk seperti : *press release, photo press, news letter, News, Features, PR Writing, dan Annual Report Publication*. Sehingga konsekuensi, pihak praktisi PR harus memiliki kemampuan dalam bidang naskah tulis menulis berita, melalui penguasaan teknik-teknik penulisan jurnalistik, dan sebagai presenter. Seorang PR harus mengetahui bagaimana sitematika dalam publikasi, sehingga langkah

apa yang harus ditempuh untuk mensukseskan program publikasi dapat dilakukan dengan baik dan benar.

Iriantara (2005: 198-200) menyatakan menulis merupakan kegiatan untuk menciptakan suatu catatan atau informasi pada suatu media dengan menggunakan aksara. Menulis biasa dilakukan pada kertas dengan menggunakan alat-alat, seperti pena atau pensil. Pada awal sejarahnya, menulis dilakukan dengan menggunakan gambar, contohnya tulisan hieroglyph pada jaman Mesir Kuno. Dunia jurnalistik memerlukan kompetensi tertentu. Kompetensi menulis, menurut Katty Yanchef, adalah kemampuan yang diperlukan dalam melaporkan berita. Ini merupakan kemampuan untuk menulis secara akurat, jelas, kredibel, dan valid. Keterampilan menulis ini, antara lain mensyaratkan :

- 1) Kemampuan menulis secara benar dan baik dalam memakai tanda baca, istilah dan gejala kebahasaan lainnya
- 2) Pengetahuan dan penggunaan kata-kata

- 3) Kemampuan menyusun dan menulis paragraph demi paragraph
- 4) Kemampuan penulisan lainnya

Kemampuan menulis tidak hanya untuk mengirim tulisan ke sebuah media massa, tetapi juga untuk menerbitkan tulisan itu sendiri, baik media internal maupun brosur. Pada dasarnya beberapa tulisan yang bisa dibuat oleh praktisi Humas untuk kepentingan penerbitan melalui media massa, antara lain :

- 1) Surat pembaca
- 2) Pers Release
- 3) Lembar Fakta
- 4) Artikel dan Feature

Sedangkan untuk penerbitan sendiri, praktisi Humas membuat Media Internal dan Brosur (Iriantara. 2005 : 198-200)

Kemampuan menulis yang sudah dijelaskan diatas berkaitan dengan *media relations* (Iriantara, 2005) yang mengacu pada salah satu kegiatan *public relations* melalui pembuatan media cetak untuk mempublikasikan

programnya. Sebagai teknik, publisitas bisa dikategorikan menjadi tiga kelompok kegiatan. Pertama kegiatan public relations yang berkesinambungan. Kedua, kegiatan jangka pendek yang direncanakan sebelumnya. Ketiga, kegiatan jangka pendek untuk peristiwa yang tak terduga atau biasa dinamakan juga manajemen krisis. (Iriantara. 2005: 191-192)

b. Urusan Protokol

UU No. 9 Tahun 2010 tentang keprotokolan mendefinisikan “protokol” atau “keprotokolan” sebagai “serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi : Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan sebagai bentuk penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan dan/atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan, atau masyarakat.”

UU No. 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan. adalah pengganti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1987 tentang Protokol yang sudah dianggap tidak sesuai dengan zaman. Protokol berarti kebiasaan-kebiasan dan

peraturan-peraturan yang berkaitan dengan formalitas, tata urutan dan etiket diplomatik. Protokoler berhubungan atau berkaitan dengan sistem atau aturan (protokol).

#### 1) Peran dan Fungsi Protokoler

Peran dan fungsi protokoler turut menentukan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi atau institusi. Disamping itu, protokol juga merupakan bagian yang melekat dari aktivitas perusahaan dan turut mewarnai budaya kerja, terutama bagi para petugas protokol yang sangat dekat perannya dalam mendukung tugas kepemimpinan, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Diperlukan adanya keberadaan protokol dalam sebuah lembaga/ perusahaan adalah karena protokol ikut menentukan terciptanya suasana yang mempengaruhi keberhasilan suatu acara yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Selain itu dapat menciptakan tata pergaulan yang mndekatkan satu

sama lain dan dapat diterima oleh semua pihak, terciptanya upacara yang khidmat, megah, dan agung, serta terciptanya ketertiban dan rasa aman dalam menjalankan tugas.

Dalam pengertian luas protokoler adalah seluruh hal yang mengatur pelaksanaan suatu kegiatan baik dalam kedinasan/kantor maupun masyarakat. Aturan-aturan protokoler ini menjadi acuan institusi pemerintahan dan berlaku secara universal.

Protokol bukan orang, tapi “sistem” atau “aturan”. Protokol dalam pengertian “pengatur acara” memiliki tugas menentukan :

- a) Tata acara (*rundown*)
- b) Pembawa acara
- c) Dokumentasi
- d) Konsumsi
- e) Penerimaan tamu
- f) Pengisi acara
- g) Perlengkapan

- h) Keamanan
- i) Dan hal lain yang menunjang kesuksesan acara

Protokoler ditujukan untuk keberhasilan pelaksanaan suatu kegiatan dan pada hal-hal yang mengatur seluruh manusia yang terlibat dalam pelaksanaan suatu kegiatan. Suatu kegiatan apapun pada dasarnya merupakan pelaksanaan dari hasil kerja tahapan-tahapan sebelumnya. Tahapan-tahapan tersebut diperlukan untuk menunjang suksesnya puncak acara.

Dalam Rapat Kerja Nasional-Rakernas Protokol tanggal 7-9 Maret 2004 di Jakarta disepakati keprotokolan adalah "Norma-norma atau aturan-aturan atau kebiasaan yang dianut atau diyakini dalam kehidupan bernegara, berbangsa, pemerintah dan masyarakat."

## 2) Tata Cara Mengatur Kegiatan Protokol

Dalam mengatur kegiatan keprotokolan harus memiliki :

- a) Tata cara, setiap kegiatan acara harus dilakukan secara tertib, khidmat serta setiap perbuatan atau tindakan yang dilakukan menurut aturan dan urutan yang telah dilakukan
  - b) Tata krama, yaitu etiket dalam pemberian penghormatan
  - c) Aplikasi aturan-aturan, yaitu penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang keprotokolan dan yang berkaitan dengan keprotokolan harus berlaku selaras dengan situasi dan kondisi.
- 3) Syarat menjadi seorang Protokol

Orang yang mengatur kegiatan protokol adalah pejabat atau petugas bagian protokol yang memiliki pengetahuan dan kompetensi dalam menyelenggarakan keprotokolan. Protokoler harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif, karena akan selalu terkait dan berhubungan dengan bagian atau komponen lain dalam



menunjang keberhasilan dan kesuksesan acara secara keseluruhan.

Berikut beberapa poin penting sebagai syarat protokoler :

- a) Mempunyai pengetahuan tentang keprotokolan.
- b) Memiliki kemampuan dalam hubungan antar manusia
- c) Bermental kuat dan kepribadian tangguh
- d) Kreatif, trampil dan cekatan
- e) Mampu menguasai dan mengendalikan situasi
- f) Peka terhadap perubahan dan permasalahan yang timbul
- g) Mampu mengambil keputusan dengan cepat dan cermat
- h) Sopan serta tahu etika
- i) Menghargai orang lain
- j) Percaya diri
- k) Penampilan menarik

- l) Pandai berbusana sesuai dengan acara
  - m) Berbicara dengan tekanan suara yang baik
  - n) Memiliki pengetahuan tata usaha manajemen
  - o) Berwawasan luas.
- 4) Jenis Kegiatan Protokol
- a) Jenis kegiatan Umum/ Kenegaraan

Kegiatan yang bersifat umum dapat berlaku di tingkat kedinasan instansi, lembaga negara, kementerian, dan pemerintahan daerah.

Jenis kegiatan ini antara lain berbentuk:

- (1) Upacara pelantikan dan serah terima jabatan
- (2) Upacara penandatanganan naskah kerjasama
- (3) Upacara sumpah pegawai
- (4) Upacara peresmian/ pembukaan gedung baru
- (5) Peresmian pembukaan seminar, symposium, diskusi dan sebagainya

b) Jenis kegiatan yang bersifat Universitas/  
Perguruan tinggi

- (1) Upacara Dies Natalies
- (2) Upacara wisuda sarjana / Pascasarjana
- (3) Upacara pengukuhan guru besar
- (4) Upacara promosi Doktor/ Doktor Honoris  
Causa

5) Aktivitas Protokol

Aktivitasnya terdiri atas 5 hal yaitu :

a) Tata Ruang

Tata ruang adalah pengatur ruang atau tempat yang akan dipergunakan sebagai tempat aktivitas. Ruang harus dipersiapkan sesuai dengan ketentuan, tergantung dari jenis aktivitas. Dalam pengaturan tata ruang ada yang disebut perangkat keras dan perangkat lunak.

Perangkat keras, adalah berbagai macam perlengkapan yang diperlukan untuk maksud suatu kegiatan berupa meja, kursi/sofa, sound

system/ public address, dekorasi, permadani, bendera, taman dan lain sebagainya.

Perangkat lunak, antara lain personil yang terlibat dalam rangka pelaksanaan suatu kegiatan seperti, penerima tamu, pemandu acara, petugas keamanan, petugas konsumsi dan sebagainya.

Perlu diperhatikan dalam pengaturan tata ruang:

- (1) Ruang harus sesuai dengan kebutuhan (jumlah kursi dan meja)
- (2) Papan nama petunjuk yang diperlukan
- (3) Tata suara yang memadai, disesuaikan dengan tata ruang dan tempat
- (4) Tata lampu yang mencukupi kebutuhan.

b) Tata Upacara

Tata upacara adalah tata urutan kegiatan, yaitu bagaimana suatu acara harus disusun sesuai dengan jenis aktivitasnya.

Untuk keperluan itu harus diperhatikan:

- (1) Jenis kegiatan

- (2) Bahasa pengantar yang dipergunakan
- (3) Materi aktivitas.

Dalam tata upacara perlu direncanakan beberapa hal dengan baik agar kegiatan dapat berlangsung dengan lancar :

- (1) Siapa yang akan terlibat dalam kegiatan upacara
- (2) Personil penyelenggara dan alat penunjang lain
- (3) Siapa pengisi acara, seperti :
  - (a) Siapa yang memberikan sambutan
  - (b) Jenjang jabatan mereka yang akan memberikan sambutan
  - (c) Kesiediaan mereka yang menyambut, jauh sebelumnya sudah dihubungi.
- (4) Untuk kelancaran suatu “upacara” diperlukan seorang “*stage manager*” yang bertugas menjadi penghubung antara pembawa acara dan pelaksana upacara

Pembawa Acara (PA) akan melaksanakan tugas sebagai MC yang memandu acara dari awal hingga akhir. Beberapa syarat yang harus dimiliki pemandu acara atau MC acara-acara protokoler :

- (1) Sikap yang tegas dan berdisiplin tinggi
- (2) Suara yang konstan dan mantap
- (3) Kemampuan menguasai bahasa secara baik, bahasa Indonesia maupun bahasa asing.
- (4) Kepekaan terhadap situasi, dalam arti mampu menguasai keadaan dan mampu mengambil keputusan
- (5) Sifat yang tidak mudah tersinggung
- (6) Berkepribadian
- (7) Percaya diri
- (8) Memahami bahasa tubuh yang baik
- (9) Cepat dan tanggap membaca situasi.
- (10) Sopan dan simpatik

(11) *Know the place, know the audience, know the materials*

(12) Memiliki etika yang baik

(13) Mampu menguasai *Audience*

c) Tata Tempat

Kata *preseance* berasal dari bahasa Perancis atau dalam bahasa Inggris *precede* yang artinya urutan. Maksudnya disini adalah urutan berdasarkan prioritas, atau siapa yang lebih dulu. Secara keseluruhan, dapat diartikan *preseance* adalah ketentuan atau norma yang berlaku dalam hal tata duduk para pejabat, yang biasanya didasarkan atas kedudukan ketatanegaraan dari pejabat yang bersangkutan, kedudukan administratif/struktural dan kedudukan sosial. Tata urutan tempat duduk di Indonesia diatur dengan Keputusan Presiden nomor 265 tahun 1968.

Pihak-pihak yang berhak didahulukan dalam tata tempat :

- (1) Golongan *Very Important Person* (VIP), pihak yang didahulukan karena jabarannya atau kedudukannya.
- (2) Golongan *Very Important Citizen* (VIC), pihak yang didahulukan karena derajatnya, misalnya bangsawan dan sebagainya.

Pedoman pelaksanaan tata tempat :

- (1) Aturan Dasar
  - (a) Orang yang dianggap paling utama atau tertinggi mempunyai urutan paling depan atau mendahului.
  - (b) Jika orang-orang dalam posisi duduk atau berdiri berjajar yang paling penting adalah mereka yang di sebelah kanan.
- (2) Aturan Umum
  - (a) Jika duduknya menghadap meja, yang dianggap tempat pertama adalah menghadap pintu keluar.



Yang duduk di dekat pintu dianggap paling terakhir.

- (b) Dalam pengaturan tempat suatu jajaran (dari sisi ke sisi) yaitu bila orang-orang tersebut berjajar pada garis yang sama, maka tempat sebelah kanan di luar atau tempat yang paling tengah adalah yang pertama tergantung situasi.

(3) Aturan Tempat Duduk

- (a) Yang didahulukan adalah tempat duduk yang paling tinggi.
- (b) Berikutnya diatur secara berurutan berdasarkan letak tempat sebelah figur utama, sebelah kanan merupakan urutan nomor tiga, sebelah kiri urutan nomor tiga.

(4) Aturan Urutan Kendaraan

Tata urutan memasuki kendaraan, bagi undangan resmi atau kenegaraan

memerlukan perhatian dan penanganan khusus bahkan perencanaan yang matang. Tipe kendaraan juga mempengaruhi pengaturan tersebut. Peranan pengemudi, ia juga harus mengenal pengetahuan protokoler, termasuk penampilannya. Beberapa cara bagaimana memasuki pesawat udara, kapal laut, kendaraan mobil atau kereta api sebagai berikut:

- (a) Pesawat udara : Seorang dengan urutan pertama akan masuk pesawat udara yang paling akhir, sedangkan kalau menuruni pesawat, orang yang utama akan turun lebih dahulu.
- (b) Kapal laut: orang yang utama, naik terlebih dahulu dan akan turun lebih dahulu.
- (c) Kendaraan mobil atau kereta: Orang yang paling utama baik sewaktu naik maupun sewaktu turun akan

mendahului yang lain. Namun demikian apabila letak kendaraan tidak dapat diatur sedemikian rupa karena keadaan, hal tersebut merupakan suatu perkecualian.

- (d) Letak kendaraan hendaknya dihadapkan ke kiri, artinya arah kendaraan akan menuju, berada di sebelah kiri kita.
- (e) Yang utama duduk di tempat duduk sebelah kanan, sedang berikutnya di sebelah kiri.
- (f) Bila sampai ke tempat tujuan dan akan turun, hendaknya kendaraan dihadapkan ke sebelah kanan, sehingga dapat memudahkan yang utama untuk turun lebih dahulu.
- (g) Jika penumpang mobil tiga orang dan duduk di belakang, maka orang yang paling terhormat duduk

disebelah kanan, orang ke dua duduk paling kiri, dan orang ketiga duduk di tengah.

- (h) Jika mobil dimungkinkan di duduki oleh lebih dari 5 atau 6 orang, karena ada tambahan bak di tengah, maka bak yang paling tengah diduduki oleh orang yang paling rendah kedudukannya, yang lebih tinggi menduduki di sebelah kanan kirinya.

d) Tata Busana

Tata busana disini ialah pakaian yang harus yang dimaksud ialah pakaian yang harus dikenakan pada suatu aktivitas protokoler, baik oleh para pejabat undangan ataupun pelaksana kegiatan. Tata busana harus ditentukan atau dicantumkan pada surat undangan yang dikirimkan baik formal maupun informal.

Jenis tata busana yang perlu diketahui:

- (1) Pakaian Sipil Lengkap (PSL)
- (2) Pakaian Sipil Harian (PSH)
- (3) Pakaian Dinas Lapangan (PDL)
- (4) Pakaian Dinas Harian (PDH)
- (5) Pakaian Dinas Upacara I, II, III, (PDU)  
untuk kalangan militer.
- (6) Pakaian Resmi Jabatan (untuk pejabat tertentu)
- (7) Pakaian Nasional atau pakaian resmi organisasi (Dharma Wanita, Korpri)
- (8) Toga (Untuk Perguruan Tinggi/Institut)

e) Tata Warkat

Pengaturan mengenai undangan yang akan dikirim untuk suatu kegiatan. Hal yang perlu diperhatikan ialah:

- (1) Daftar nama tamu yang akan diundang hendaknya sudah disiapkan sesuai dengan jenis/keperluan kegiatan.

- (2) Jumlah undangan disesuaikan dengan kapasitas tempat, kepentingan serta tercapainya tujuan kegiatan sendiri.
- (3) Bentuk undangan sedapat mungkin dibakukan untuk setiap jenis kegiatan, baik mengenai format, isi dan sebagainya.
- (4) Menulis nama orang yang diundang hendaknya secara benar dan jelas baik mengenai nama, pangkat, jabatan dan alamatnya.
- (5) Dalam undangan perlu dijelaskan undangan diperuntukkan beserta istri/suami atau tidak. Tidak dibenarkan dalam undangan resmi disebutkan undangan berlaku untuk beberapa orang.
- (6) Mencantumkan kode undangan pada sampul undangan untuk dapat mempermudah penempatan duduknya.

- (7) Mencantumkan ketentuan mengenai pakaian yang dikenakan.
- (8) Menentukan batas waktu penerimaan tamu.
- (9) Catatan dalam undangan agar memberitahukan kehadirannya atau ketidakhadirannya (*RSVP* yang merupakan singkatan: *Repondez s'il vous plaiiz*)
- (10) Undangan dikirim dalam waktu relatif tidak terlalu lama dengan waktu pelaksanaan kegiatan (seminggu sebelumnya hendaknya sudah terkirim).

6) Poin Penting UU No. 9 Tahun 2010 tentang keprotokolan

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

- a) Keprotokolan adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan

sebagai bentuk penghormatan kepada seseorang dengan jabatan dan/atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan, atau masyarakat.

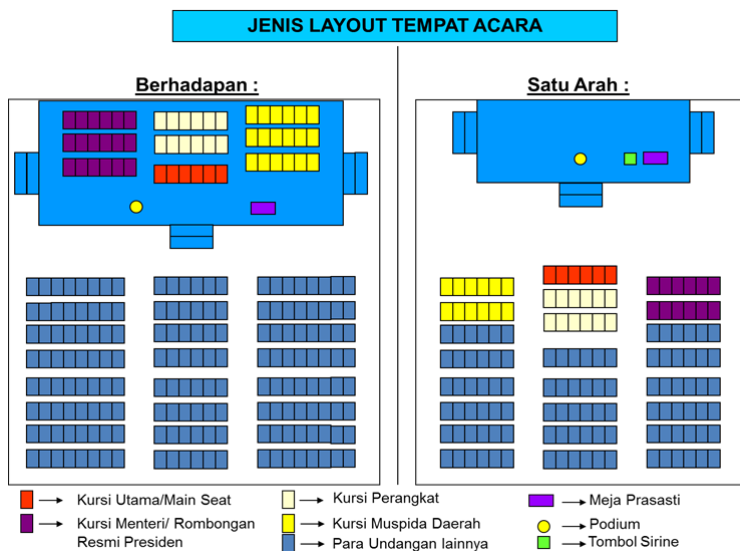
- b) Acara Kenegaraan adalah acara yang diatur dan dilaksanakan oleh panitia negara secara terpusat, dihadiri oleh Presiden dan/atau Wakil Presiden, serta Pejabat Negara dan undangan lain.
- c) Acara Resmi adalah acara yang diatur dan dilaksanakan oleh pemerintah atau lembaga negara dalam melaksanakan tugas dan fungsi tertentu dan dihadiri oleh Pejabat Negara dan / atau Pejabat Pemerintahan serta undangan lain atau lembaga negara dalam melaksanakan tugas dan fungsi tertentu dan dihadiri oleh Pejabat Negara dan/atau Pejabat Pemerintahan serta undangan lain.
- d) Tata Tempat adalah pengaturan tempat bagi Pejabat Negara, Pejabat Pemerintah perwakilan negara asing dan/atau organisasi internasional,



serta Tokoh Masyarakat tertentu dalam Acara Kenegaraan atau Acara resmi.

- e) Tata Upacara adalah aturan untuk melaksanakan upacara dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi.
- f) Tata Penghormatan adalah aturan untuk melaksanakan pemberian hormat bagi Pejabat Negara Pejabat Pemerintahan, perwakilan Negara asing dan/atau organisasi internasional, dan Tokoh Masyarakat Tertentu dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi.
- g) Pejabat Negara adalah pimpinan dan anggota lembaga negara, sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 dan Pejabat Negara yang secara tegas ditentukan dalam Undang-Undang.
- h) Pejabat Pemerintahan adalah pejabat yang menduduki jabatan tertentu dalam pemerintahan, baik di pusat maupun di daerah.

- i) Tamu Negara adalah pemimpin negara asing yang berkunjung secara kenegaraan resmi, kerja, atau pribadi ke Indonesia.
- j) Tokoh Masyarakat Tertentu adalah tokoh masyarakat yang berdasarkan kedudukan sosialnya mendapat pengaturan Keprotokolan.
- k) Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah lembaga perwakilan rakyat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.



**Gambar 4.1 Jenis Lay Out Tempat Acara**

**TATA CARA PENYAMBUTAN DAN PELEPASAN PRESIDEN RI DI BANDARA**



- Catatan :
1. Penyambutan di area Bandara hanya Anggota Forum Komunikasi Pimpinan Daerah (dulu istilahnya Muspida)
  2. Penyambut menganankan Presiden atau berada disebelah kiri Presiden

**Gambar 4.2 Tata Cara Penyambutan dan Pelepasan Presiden RI di Bandara**

- 7) Pedoman Umum Pelaksanaan Upacara
  - a) Kelengkapan Upacara
  - b) Perlengkapan Upacara
  - c) Langkah-langkah Persiapan
  - d) Petunjuk Pelaksanaan Upacara
  - e) Susunan Acara
- 8) Penyiapan Upacara/Acara
  - a) Menyusun Acara
  - b) Tata Ruang
  - c) Pengaturan Tempat
  - d) Membuat Petunjuk Pelaksanaan Upacara
  - e) Menetapkan jenis / macam pakaian yang harus dikenakan
- 9) Tata Penghormatan

Pejabat Negara, Pejabat Pemerintahan, Perwakilan Negara Asing dan atau Organisasi Internasional serta Tokoh Masyarakat Tertentu dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi harus mendapat penghormatan. Penghormatan meliputi:

- a) Penghormatan dengan Bendera Negara
- b) Penghormatan dengan Lagu Kebangsaan
- c) Penghormatan lain sesuai dengan ketentuan

Menurut Peraturan Perundang-undangan, Pejabat Negara adalah pimpinan dan anggota Lembaga Negara dimaksud dalam UUD 1945 dan pejabat Negara yang secara tegas ditentukan dalam Undang-Undang Pejabat Pemerintah adalah Pejabat yang menduduki jabatan dalam pemerintahan, baik di pusat maupun di Daerah. Sementara Tamu Negara adalah Pemimpin Negara Asing yang berkunjung secara kenegaraan, resmi, kerja, atau pribadi ke Negara Indonesia. Tokoh Masyarakat tertentu adalah Tokoh masyarakat yang berdasarkan kedudukan sosialnya mendapat pengaturan keprotokolan

#### 10) Klasifikasi Acara

- a) Acara kenegaraan, adalah acara yang bersifat kenegaraan, yang diatur dan dilaksanakan secara terpusat, yang dihadiri oleh Presiden dan

/ atau Wakil Presiden serta pejabat Negara dan undangan lainnya dalam melaksanakan acara tertentu.

- b) Acara Resmi adalah acara yang bersifat resmi diatur dan dilaksanakan oleh pemerintah atau lembaga negara dalam melaksanakan tugas dan fungsi dan dihadiri oleh pejabat negara / lainnya.

#### 11) Ruang Lingkup Dan Tugas Protokol

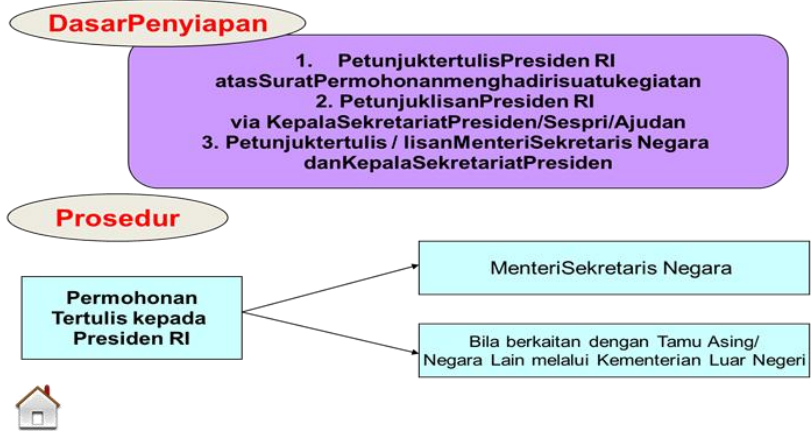
Segi keupacaraan berbagai macam acara/kegiatan :

- a) Penerimaan tamu/audiensi
- b) Kunjungan tamu (dalam & luar negeri)
- c) Perjalanan ke daerah & luar negeri
- d) Pengaturan rapat/sidang
- e) Penyelenggaraan resepsi/jamuan
- f) Penyelenggaraan upacara-upacara:
  - (1) Hari Besar Nasional / keagamaan
  - (2) Peresmian Proyek
  - (3) HUT Organisasi
  - (4) Apel Bendera

- (5) Pelantikan dan serah terima jabatan
- (6) Peresmian pembukaan seminar/munas

Protokol berfungsi sebagai salah satu staf pembantu pimpinan dalam mengelola fungsi dan tugasnya.

## PROSEDUR PENGAJUAN ACARA



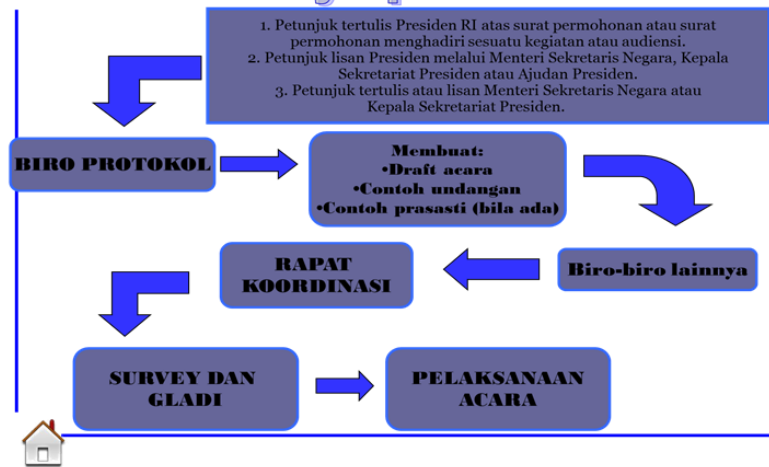
Gambar 4.3 Prosedur Pengajuan Acara

## Acara Presiden RI



Gambar 4.4 Jenis Acara Presiden RI

## Prosedur Penyiapan Acara

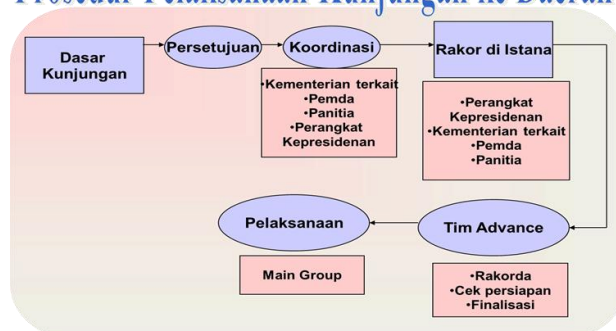


Gambar 4.5 Prosedur Penyiapan Acara

### 12) Klasifikasi Kunjungan Ke Daerah

- a) Kunjungan Kerja
- b) Peninjauan
- c) Inspeksi Mendadak
- d) Incognito

## Prosedur Pelaksanaan Kunjungan ke Daerah



Gambar 4.6 Prosedur Pelaksanaan Kunjungan Ke Daerah



c. Urusan Website

Urusan Website ini lahir Karena semakin besar UMY semakin besar pula kebutuhan akan publikasi, yang tidak dapat hanya ditangani seorang Humas, sehingga dibutuhkan bantuan seorang yang khusus menangani Publikasi, yang berbentuk : *Video Release, PR Advertising, Company Profile*, termasuk juga bersama sama Humas menyusun Brandbook sebagai pijakan penentu awal *corporate identity* UMY.

Sebagai teknik, publisistas dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok kegiatan. Pertama, kegiatan atau program *public relations* yang dilaksanakan secara berkelanjutan, yang disesuaikan dengan jenis program atau acara, jika pihak Humas diminta untuk meliput atau publikasi maka akan datang dan juga sebagai mediator untuk mempromosikan UMY ke masyarakat luas. Jika ada acara besar, maka Humas mengundang wartawan dan tim website selain menginformasikan acara tersebut jauh hari sebelumnya kepada publik, juga membuat publikasi kegiatan outdoor dan indoor. Kedua, kegiatan

jangka pendek sebagai publisitas program yang berjalan, dan yang ketiga kegiatan jangka pendek yang dilakukan untuk peristiwa tak terduga yang terjadi atau manajemen krisis. Semakin bertambah tahun, bertambah pula daftar rangkaian tugas yang harus dijalankan staf urusan Website dan Publikasi.

Selama kurun waktu 2015 – 2016 saja sudah banyak kegiatan non rutin Biro Humas dan Protokol, yang harus diselesaikan, diantaranya :

1	Pembuatan TVC Riding 'Wisuda'
2	Pembuatan TVC Riding "Bad Habbit'
3	Pembuatan video Koreo MATAF
4	Publikasi Konvensi Nasional Indonesia Berkemajuan 24 mei 2016
5	Penganugerahan gelar Doctor HC TunMahathir
6	Kontes Robot Indonesia
7	Kontes Robot Asia Pasifik (ABU ROBOCON 2015)
8	Mataf (Masa Ta'aruf) 2016
9	Mahathir Global Peace School
10	Branding dan Logo

### C. Analisis Kualitas Pelayanan PR

Kualitas pelayanan digambarkan oleh Parasuraman *et.al* (1991) sebagai suatu bentuk dari sikap, berhubungan tetapi tidak ekuivalen dengan kepuasan. Dalam pengertian sehari-hari *service*

atau pelayanan merupakan sesuatu yang tidak asing lagi bagi kita semua. Kata *service* atau pelayanan dikaitkan dengan hubungan antara penjual dan pembeli, dimana dalam hal ini penjual merupakan pihak yang memberikan sedangkan pembeli adalah pihak yang meminta.

Menurut Zeithaml (2000) kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi, yaitu :

1. *Tangibles* (fisik), adalah fasilitas fisik, peralatan, penampilan karyawan dalam melayani konsumen
2. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang benar, tepat waktu dan dapat diandalkan
3. *Responsiveness* (perhatian), adalah kesediaan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat
4. *Assurance* (jaminan) adalah kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan
5. *Empathy* (empati) adalah rasa peduli, perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen

Kepuasan kerja merupakan salah satu elemen yang cukup penting dalam organisasi. Hal ini disebabkan kepuasan kerja dapat mempengaruhi perilaku kerja seseorang seperti malas, rajin, produktif, apatis, dan lainnya. Sikap puas atau tidak puas karyawan dapat diukur dari sejauh mana perusahaan atau organisasi dapat memenuhi kebutuhan karyawan. Bila terjadi keserasian antara kebutuhan karyawan dengan apa yang diberikan perusahaan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan akan tinggi, dan begitupun sebaliknya. Ketidakpuasan kerja sering tercermin dari prestasi kerja yang terlihat rendah, tingkat kemangkiran kerja yang tinggi, dan bahkan dapat juga terjadi pemogokan kerja, yang akan sangat merugikan perusahaan / lembaga / organisasi

Hasil pelayanan Humas dan Protokol dari penilaian mahasiswa dapat dilihat pada tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
***Ranking Penilaian Aspek pelayanan di Humas dan Protokol***

<b>ASPECT</b>	<b>MIN</b>	<b>MAKS</b>
Tangles Aspect / Aspek Fisik	6,2	35,6
Reliability Aspect/ Aspek Keandalan	6,3	43,4
Responsiveness / Interaksi Personal	6,2	42,6
Empathy / Empati	32,55	17,05
Assurance Aspect / Aspek Jaminan	39,5	15,5

Sumber : data primer diolah

#### **D. Hasil Survei Kualitas Pelayanan PR**

Berdasarkan hasil survey kualitas pelayanan Humas dan Protokol dalam tabel 4.1 , terlihat sebagai berikut :

1. Dari 129 mahasiswa UMY yang berasal dari 8 Fakultas (Ilmu Agama, Ekonomi, Teknik, Isipol, Hukum, Kedokteran, Pendidikan Bahasa dan Pertanian) juga pegawai tenaga kependidikan dari beberapa unit. Sebanyak 43.4 % menyatakan bahwa kepuasan pada kehandalan layanan yang paling dirasakan. Kemudian berturut turut adalah untuk responsiveness interaksi personal, aspek Tangibles/fisik, kemudian aspek empathy dan terakhir adalah aspek assurance, yang mencakup aspek kebijakan.

Berdasarkan hasil survey terhadap mahasiswa, diketahui bahwa kepuasan terhadap aspek kehandalan, dengan indeks kepuasan sebesar 43,4 % adalah aspek yang menempati urutan pertama, selanjutnya aspek responsiveness adalah aspek yang menduduki urutan kedua dalam penilaian mahasiswa dengan indeks kepuasan sebesar 42,6%. Sedangkan untuk fisik berupa fasilitas fisik yang menarik, kelengkapan, fasilitas tambahan, tata letak, kemudahan

fasilitas memiliki indeks sebesar 35,6 %. Aspect (*empathy*) ada di urutan ke empat dengan 17,05 %. Untuk aspek jaminan (*Assurance*) hanya memiliki indeks kepuasan sebesar 15,5%.

Hasil ini menunjukkan bahwa antara kehandalan layanan dan interaksi personal (*responsiveness*) memiliki nilai indeks kepuasan yang hampir berimbang, dengan kata lain kehandalan layanan ditentukan juga oleh interaksi personal yang mendukung. Demikian halnya juga, dengan kebijakan dan pemecahan masalah yang terwakili dalam *Assurance aspect*. Dimana aspek kebijakan ini memiliki nilai indeks kepuasan yang rendah dan merupakan aspek yang masih dirasakan kurang oleh mahasiswa. Andi, salah seorang mahasiswa Fisipol Jurusan Ilmu Hubungan Internasional dalam wawancara yang dilakukan tanggal 29 Mei 2013 mengatakan bahwa kebanyakan mahasiswa mengeluhkan hal hal seperti keterlambatan Dosen hadir di kelas, kebijakan Universitas yang dinilai masih ada beberapa yang kurang transparan, pelayanan yang kurang ramah dari beberapa karyawan di unit yang ada, baik di Fakultas maupun

Universitas. Hal senada juga dirasakan oleh mahasiswa lain, Ahmad yang mengeluhkan pelayanan yang ada di unit Fakultas Ekonomi.

Dengan adanya data rendahnya tingkat kepuasan mahasiswa pada kinerja pelayanan di UMY, pada hasil survey pada tahun 2009, maka *Public Relations* di UMY segera mengidentifikasi persoalan yang menyangkut pelayanan dan merespon persoalan tersebut. Kepala Biro Humas dan Protokol tahun 2009, Bapak Ahmad Ma'ruf, M.Si pernah menyelenggarakan training *excellent service*, namun diakui dampak bagi perubahan layanan prima yang maksimal bagi kinerja pelayanan di UMY belum sampai pada titik memuaskan. Oleh karenanya, terkait hal ini Kepala Biro Humas dan Protokol periode 2013-2017, Ibu Ratih Herningtyas, M.A berencana kembali mengadakan pelatihan *Excellent Service*. Hal ini didasari oleh pentingnya pelatihan sejenis dan semestinya memang tidak hanya sekali diselenggarakan, harus secara intensif dilakukan dan diadakan mekanisme monitoring. Oleh karenanya, dalam

waktu dekat ini akan diadakan kembali pelatihan sejenis demi menaikkan kualitas layanan pegawai UMY.

Ibu Ratih Herningtyas, S.IP, M.A menambahkan bahwa secara fungsi, Biro Humas dan Protokol sebenarnya mempunyai posisi strategis, namun jarang dimanfaatkan dalam kapasitasnya sebagai Biro. Sementara di lain sisi, demi mendapatkan data kepuasan layanan, diharapkan diadakan evaluasi melalui survey, mulai dari tingkat stakeholders dan internal (Unit, Badan, Lembaga dan Biro). Dari sisi upaya untuk mengcounter munculnya berita negatif, dapat dimulai untuk tindak lanjut evaluasi dari data rekap media . (Rekap Berita ada pada lampiran)

2. Dari 129 mahasiswa, terdiri dari 73 mahasiswa laki-laki dan 56 mahasiswa perempuan. Hasil menunjukkan bahwa dari aspek fisik penilaian kepuasan tinggi diperoleh hasil seimbang dari mahasiswa (laki-laki) sebesar 35,6% dan untuk mahasiswinya sebesar 35,7 %. Terhadap aspek kehandalan juga berimbang, yakni mahasiswi sebesar 44,6% sedang dari mahasiswa sebesar 42,46 %. Dalam interaksi personal (*responsiveness*) lebih tinggi mahasiswi dalam



penilaian kepuasan layanan, yaitu mahasiswa sebesar 39,7%, sedang dari mahasiswi sebesar 46,4%. Dan pada aspek Kebijakan (assurance) penilaian mahasiswa dengan mahasiswi menunjukkan hasil hampir berimbang, yakni berturut turut 13,6 % dan 17,8%.

### 3. Penilaian berdasarkan Fakultas.

Terhadap penilaian berdasarkan fakultas, fakultas Isipol menyatakan tingkat kepuasan tertinggi terhadap aspek fisik, yaitu sebesar 15,4% dari 129 mahasiswa yang dipolling, sedangkan sisanya menyatakan cukup puas. Di urutan kedua adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang meyakini tingkat kepuasan tinggi, Fakultas Teknik menempati urutan ketiga, sedangkan sisa dari fakultas lain masing masing 7% yang menyatakan tingkat kepuasan tinggi terhadap aspek fisik yang ada.

Berdasarkan hasil survey terhadap kualitas pelayanan di UMY dapat terlihat bahwa respon terhadap aspek *reliability* adalah 43,4 %, untuk *responsiveness*/ interaksi personal respon rata rata responden adalah 42,6%, untuk aspek tangibles sebesar 35,6 %, untuk aspect empati sebesar

17.05%, sedangkan *Assurance/ Policy respon* rata-rata sebesar 15,5%.

Hasil ini menunjukkan bahwa antara kehandalan layanan dan interaksi personal memiliki nilai indeks kepuasan yang berimbang, dimana dengan kata lain kehandalan layanan ditentukan juga oleh responsiveness (interaksi personal) yang mendukung. Demikian halnya juga dengan *assurance* (kebijakan) yang memiliki nilai indeks kepuasan yang rendah. Dimana jaminan (*assurance*) adalah aspek yang masih dirasakan kurang oleh mahasiswa.

Dengan data rendahnya tingkat kepuasan mahasiswa atas kebijakan oleh Universitas, maka *Public Relations* UMY harus segera mengidentifikasi persoalan yang menyangkut kebijakan dan pemecahan masalah tersebut.

4. Penilaian kualitas layanan Humas dan Protokol dari tenaga kependidikan,

## **E. Pembahasan**

Analisis Kualitas Pelayanan atau *Service Quality* (akronimnya *SERVQUAL*) adalah suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini

dikembangkan tahun 1985 oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry lewat artikel mereka di *Journal of Marketing*. Metode di jurnal tersebut lalu direvisi oleh mereka lewat artikel "*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.*"

Dalam artikelnya mereka menekankan adanya fenomena umum bahwa pencapaian kualitas dalam hal produk dan layanan menduduki posisi sentral. Kualitas layanan ini bagi mereka belum lagi terdefiniskan secara baik. Kualitas layanan, menurut mereka, adalah perbandingan antara Harapan (*Expectation*) dengan Kinerja (*Performance*). Dengan mengutip Lewis and Booms 1983, mereka menyatakan:

"Service quality (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten."

Dalam industri manufaktur ataupun jasa, persoalan kualitas tidaklah sesederhana untuk dibicarakan. Dalam pelaksanaannya tidak mudah, D Wahyu Ariani dalam bukunya *Manajemen Kualitas Pendekatan sisi Kualitatif* mengatakan :

*“...kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus menerus (continuous improvement process) yang dapat diukur baik secara individual, organisasi, korporasi dan tujuan kinerja nasional. dukungan manajemen, karyawan dan pemerintah untuk perbaikan kualitas adalah penting bagi kemampuan berkompetisi secara efektif di pasar global..... (hal 9) .*

selanjutnya D Wahyu Ariani juga mengatakan bahwa :

*Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh , baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa (hal 9)*

Pengukuran kualitas untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa, walaupun demikian, ada beberapa dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas suatu industri jasa. Menurut Garvin (1996) dimensi kualitas pada industri jasa antara lain :

1. *communication*, yaitu komunikasi atau hubungan antara penerima jasa dengan pemberi jasa.
2. *Credibility*, yaitu kepercayaan pihak penerima jasa terhadap pemberi jasa
3. *Security*, yaitu keamanan terhadap jasa yang ditawarkan
4. *Knowing the customer* yaitu pengertian dari pihak pemberi jasa pada penerima jasa atau pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.
5. *Tangibles*, yaitu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus dapat diukur atau dibuat standarnya.
6. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa
7. *Responsiveness*, yaitu tanggapan pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan penerima jasa

8. *Competence*, yaitu kemampuan atau keterampilan pemberi jasa yang dibutuhkan setiap orang dalam perusahaan untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa
9. *Access*, yaitu kemudahan pemberi jasa untuk dihubungi oleh pihak atau pelanggan atau penerima jasa
10. *Courtesy*, yaitu kesopanan, respek, perhatian dan kesamaan dalam hubungan personal

Menurut Stebbing (1992) dalam Ariani, DW (hal 16-17) ada beberapa langkah yang harus ditempuh untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan atau jasa yang ditawarkan, antara lain sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi Penentu Utama Kualitas Pelayanan

Langkah pertama yang dilakukan dalam mengidentifikasi factor utama yang mempengaruhi kualitas jasa antara lain dengan melakukan riset pelanggan yang kemudian disusul dengan memperkirakan penilaian terhadap perusahaan. Hasil riset dan penelitian terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang akan dibeli tersebut diolah, kemudian organisasi atau perusahaan

memberikan janji pada pelanggan untuk dapat memenuhi harapan pelanggan.

## 2. Mengelola Kualitas Jasa

Kualitas jasa memang tidak terlepas dari perilaku atau sikap orang-orang yang memberikan atau menyediakan jasa, misalnya : keramahan, kesopanan, ketenangan, kecermatan, dan fleksibilitas.

## 3. Mengembangkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas meliputi filosofi, keyakinan, sikap, nilai, norma, tradisi, prosedur dan sebagainya yang akan meningkatkan kualitas. Oleh karena itu agar budaya kualitas tercipta, perlu dukungan dan komitmen menyeluruh dari seluruh anggota organisasi. Bahkan kualitas harus dibudayakan. Hal ini disebabkan memberikan yang terbaik bagi pelanggan dan mengerjakan segala sesuatu dengan baik sejak awal memang menjadi tuntutan utama untuk mewujudkan produk dan proses yang berkualitas.

Selanjutnya, adalah analisis untuk memperoleh informasi mengenai iklim komunikasi dan budaya organisasi serta tingkat kepuasan karyawan dalam institusi. Dalam analisis ini, menilai

kinerja dan kebijakan organisasi, pemahaman *service excellent*, pemahaman kehumasan dan kemudahan informasi serta harapan dari mana informasi tersebut diperoleh (terkait hubungan dengan media).

Parasuraman *et al.*, (dalam Zeithaml dan Bitner (1996: 118) sampai pada kesimpulan bahwa dimensi kualitas pelayanan adalah lima dimensi pokok yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* (yang mencakup *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security*), *empathy* (yang mencakup *access*, *communication* dan *understanding the customer*), *tangible*. Penjelasan kelima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Tangibles* (bukti fisik); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
2. *Reliability* (kehandalan); merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the*



*promised service dependably, this means doing it right, over a period of time.* Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

3. *Responsiveness* (daya tanggap); yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi

warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.

5. Emphaty (empati); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan individualized attention to customer. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Hasil Tingkat Kinerja dan Kebijakan Organisasi dapat dilihat pada tabel 4.2

**Tabel 4.2**  
**Tingkat Kinerja dan Kebijakan Organisasi**

	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cummulative Percent</b>
Valid High	8	20	20	20
Low	6	15	15	15
Medium	26	65	65	65
Total	40	100.0	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah

Hasil pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa secara keseluruhan kebijakan dan kinerja organisasi adalah cukup. Sebanyak 8 orang (20%) respon terhadap tingkat kinerja dan kebijakan organisasi di UMY cukup tinggi. Sedangkan sebanyak

6 orang (15%) respon terhadap tingkat kinerja dan kebijakan organisasi di UMY rendah, dan sebanyak 26 orang (65%) memberikan skor cukup. Penilaian responden terhadap kebijakan yang menyangkut pemberian cuti, waktu istirahat, dan waktu libur bagi karyawan dinilai cukup.

Mengenai kebijakan organisasi, Kepala Biro Humas dan Protokol, Ratih Herningtyas, S.IP., M.A mengatakan bahwa setiap kebijakan yang dikeluarkan hendaknya diusahakan selalu transparan untuk menghindari celah konflik agar tidak berkembang. Sebagai pusat kekuatan dan dinamisor bagi Humas dan Protokol, Kepala Biro harus selalu berkomunikasi dengan semua pihak, baik melalui hubungan formal maupun informal. Suksesnya pelaksanaan tugas pemimpin ditentukan oleh kemahirannya menjalin komunikasi yang tepat kepada semua pihak, secara horizontal dan vertikal.

Sehubungan dengan pembagian tugas dan pekerjaan dalam struktur organisasi, khususnya organisasi formal, maka masalah koordinasi merupakan masalah pelik.

Komunikasi yang tidak lancar dapat menimbulkan banyak dampak buruk, antara lain adalah :

1. Timbulnya sentimen-sentimen, prasangka-prasangka dan ketegangan dikalangan staf sendiri
2. Memunculkan konflik di berbagai tingkatan.
3. Ketidakharmonisan suasana kerja

Kesulitan dan ketidaklancaran dalam komunikasi dapat disebabkan oleh :

1. Faktor waktu : perbedaan waktu berkumpul dan bekerja shift
2. Faktor ruangan, bekerja dan belajar yang berbeda beda
3. Sistem pembagian kerja dan tugas yang tidak memungkinkan semua anggota kelompok dapat bertemu bersama.

Sikap keterbukaan dari pimpinan mengenai masalah yang dihadapi kemudian menggunakan teknik diskusi yang efektif dengan para staf dapat meminimalisir dampak buruk tersebut.

Sedangkan dalam survey tentang kecakapan teknis yang dimiliki Biro Humas dan Protokol, terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.3**  
**Kecakapan Teknis**

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	3	7.5
Cukup	7	17.5
Setuju	28	70
Sangat Setuju	2	5
N	40	100

Sumber : data primer diolah

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa responden mempunyai penilaian yang cukup intensif dengan para koleganya di Biro Humas dan Protokol. Dari hasil survey, terlihat bahwa sebanyak 28 orang (70%) mengatakan bahwa staf Humas dan Protokol sangat memahami pekerjaannya. Sebanyak 2 orang (5%) menyatakan sangat paham. Pernyataan cukup berasal dari 7 responden (17.5%) dan pernyataan sedikit berasal dari 3 responden (7.5%). Penilaian dari kolega dalam organisasi formal sangatlah penting dan seringkali menjadi penentu kepuasan berinteraksi. Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa responden mempunyai interaksi yang cukup intensif dengan para koleganya.

Menurut salah seorang karyawan yang telah bekerja puluhan tahun, keberadaan kolega seringkali menjadi pemacu dan motivator tersendiri dalam bekerja. Kerjasama antar kolega menjadi sesuatu yang tidak terhindarkan ketika melakukan kegiatan bersama atau pekerjaan dalam bentuk *teamwork*.

Bekerjasama dengan kolega membuat pekerjaan yang semula dipandang sulit untuk dilakukan menjadi lebih ringan dan mudah karena dilakukan bersama sama.

Menurut pandangan peneliti, kerjasama kolegial di UMY secara umum kecenderungannya cukup baik dan perlu ditingkatkan. Adanya perubahan lingkungan organisasi membuat banyak organisasi mengubah dirinya menjadi organisasi yang berbasis tim kerja (*teamwork*).

Diantara hal-hal yang diutamakan dalam organisasi adalah pemberian lebih banyak pada otonomi sekaligus kontrol terhadap ‘ruang’ kerja karyawan, juga lebih banyak komunikasi organisasi dan juga informasi, lebih banyak partisipasi dan pemberdayaan, keberartian dan relasi organisasi yang sinergis, dan juga lebih banyak kreatifitas dan pencapaian standard yang tinggi. Beberapa ahli mengatakan dengan adanya perubahan budaya kerja baru

tersebut membuat banyak organisasi mengembangkan teamwork (kerja tim).

Menurut Kenneth Scott dan Allan Walker dengan adanya team kerja, organisasi perlu melakukan hal-hal berikut :

1. *Create supportive and creative environments hich motivate workers to energise themselves.* (menyediakan lingkungan yang mendukung dan kreatif yang pada akhirnya akan memotivasi karyawan untuk bekerja)
2. *Encourage mutual goal setting with specific performance targets.* (mendorong ke arah pencapaian tujuan dengan target pencapaian yang spesifik)
3. *Provide positive behavior reinforcement and constructive feedback.* (menyediakan penguatan perilaku yang positif dan balikan yang konstruktif/membangun)
4. *Provide meaningful work and carreer development opportunities.* (menyediakan iklim kerja yang berarti dan kesempatan untuk mengembangkan karir)
5. *Encourage innovation by capitalizing on employee conflicts and differences instead of seeking conformity.* (mendorong inovasi dengan meminimalisir konflik dan perbedaan disamping mencari konformitas).

Sementara untuk hasil survey kepuasan dari sisi tenaga kependidikan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
*Reliability Aspect*

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Cukup	5	12.5
Setuju	25	62.5
Sangat Setuju	10	25
N	40	100

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sejumlah 25 orang (62.5%) responden menyatakan Biro Humas dan Protokol handal dan dapat diandalkan. Sebanyak 5 orang (12.5%) menyatakan cukup. Dan sebanyak 10 orang (25%) menyatakan sangat handal. Dalam wawancara pada poin ini juga terkuak harapan untuk peningkatan kinerja BHP (Biro Humas dan Protokol) cukup tinggi.

**Tabel 4.5**  
*Responsiveness Aspect*

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	2.5
Tidak Setuju	4	10
Cukup	11	27.5
Setuju	22	55
Sangat Setuju	2	5
N	40	100

Sumber : Data primer diolah



Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa sebanyak 11 orang (27,5%) menyatakan cukup bagus respon Humas dan Protokol UMY, sedangkan sebanyak 22 orang (55%) menyatakan bagus dalam respon. Persentase responden yang menyatakan sedikit hanya sebesar 2.5 % .

**Tabel 4.6**  
*Empathy Aspect*

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	2.5
Tidak Setuju	2	5
Cukup	13	32.5
Setuju	21	52.5
Sangat Setuju	3	7.5
N	40	100

Sumber : Data primer diolah

Dari data diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 13 orang (32.5%) menyatakan bahwa empati BHP cukup bagus, sedangkan 21 orang (52.5%) menyatakan bahwa Humas dan Protokol Bagus dalam empati. Dan sebanyak 3 orang (7,5%) menyatakan Sangat Bagus. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keberadaan Humas Protokol masih dipandang perlu dalam organisasi.

**Tabel 4.7**  
*Tangibles Aspect*

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	5
Tidak Setuju	5	12.5
Cukup	15	37.5
Setuju	18	45
Sangat Setuju	0	0
N	40	100

Sumber : Data primer diolah

Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa sebanyak 15 orang (37,5%) menyatakan bentuk, sarana prasarana, dan tampilan fisik kantor BHP adalah Cukup, sedangkan sebanyak 18 orang (45%) menyatakan bagus. Sebanyak 5 orang (12.5%) menyatakan cenderung sederhana. Dan Persentase responden yang menyatakan sederhana hanya sebesar 5% atau 2 orang.

**Tabel 4.8**  
*Assurance Aspect*

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	10	25
Cukup	25	62.5
Setuju	5	12.5
Sangat Setuju	0	0
N	40	100

Sumber : Data primer diolah

Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa sebanyak 10 orang (25%) menyatakan minimnya informasi tentang jaminan keterselesaian pekerjaan BHP UMY, sebanyak 25 orang (62.5%) menyatakan Cukup, sedangkan 5 orang (12.5%) menyatakan bagus.

**Tabel 4.9**  
**Media Relation**

Respon	Sumber Informasi Aktual	
	Jumlah	Persentase
Sangat Sedikit	0	0
Sedikit	0	0
Cukup	5	12.5
Banyak	25	62.5
Sangat Banyak	10	25
N	40	100

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sejumlah 25 orang (62.5%) responden menyatakan Biro Humas dan Protokol masih dipandang perlu menjalin kerjasama dengan media. Sebanyak 5 orang (12.5%) menyatakan cukup. Dan sebanyak 10 orang (25%) menyatakan sangat perlu. Dalam wawancara pada poin ini juga terkuak harapan untuk peningkatan bentuk kerjasama dengan media.

## **F. Media Monitoring dan Press Relations**

Dalam rangka memberikan informasi dan publikasi kepada masyarakat, PR UMY melakukan kegiatan berupa pengiriman press release ke beberapa media massa di Yogyakarta, salah satunya media cetak. Dari hasil media monitoring ke beberapa media cetak di Yogyakarta dengan wawancara langsung dengan salah satu redaktornya, sudah bagus kualitas ataupun kuantitas release yang dikirimkan oleh UMY, kecuali ketika ada staf magang baru yang masih harus menambah jam terbang sebagai jurnalis, biasanya ada banyak kekurangan yang disampaikan, namun seiring berjalannya waktu, press release nya akan semakin baik kualitasnya. Namun, beberapa rekan media pernah menyebutkan bahwa sebenarnya yang penting adalah personel relationsnya, tidak selalu kualitas releasenya. Hubungan UMY – Media diharapkan dapat seperti Media - PR perhotelan yang sangat sadar untuk membangun relasi sedemikian sehingga seperti sahabat yang *take and give*.

Pernah disampaikan oleh salah seorang redaktur senior dalam acara '*Media Gathering*' Pimpinan UMY bersama dengan Media pada tahun 2015, bahwa yang lebih penting adalah

publikasi hasil-hasil penelitian para dosen dan mahasiswa UMY, sehingga dinamika pendidikan yang ada di kampus akan semakin terasa. Selain itu juga, diupayakan ada *video profile* yang update per periode tertentu yang dapat dinikmati rekan media, yang sekaligus sebagai sarana informasi update bagi media tentang UMY. Menurut mereka, secara keseluruhan kualitas PR UMY sudah cukup baik dibanding beberapa universitas di Yogyakarta, karena UMY telah memiliki lembaga khusus yang menangani kehumasan, namun diharapkan PR UMY kedepan dapat lebih peka dalam menangkap perubahan sosial yang ada di masyarakat.

#### **G. Pencitraan UMY**

UMY ingin membangun citra sebagai Universitas yang Unggul dan Islami. Yang dimaksud unggul adalah menjadi 5 Universitas besar di Yogyakarta, dimana citra ini dibangun sejak awal bahwa UMY memposisikan diri sebagai salah satu dari 5 Universitas terbesar di Yogyakarta, bersaing dengan Universitas besar lain, yakni : UII, Atma Jaya, Sanata Darma, dan UAD. Awal 5 besar yang diukur dari banyaknya jumlah mahasiswa dijadikan sebagai *positioning* yang selanjutnya dapat dilihat dari capaian Akreditasi institusi yang diraih UMY dengan nilai 'A', sehingga terlihat bahwa kualitas sudah meningkat. Keunggulan

kualitas dapat terlihat dari akreditasi, seminar, prestasi akademik, amupun hibah-hibah yang didapatkan. Sedangkan Islami-nya yakni dari penerapan nilai-nilai Islam yang diberlakukan di UMY.

Profesionalisme karyawan mencakup pengetahuan tentang hal-hal strategis yang terkait dengan perusahaan maupun fungsi ke-PR-an, ketrampilan komunikasi dan kepuasan karyawan. Pelayanan yang lebih baik merupakan konsekuensi logis dari berjalannya proses internal organisasi PR yang menekankan pentingnya inovasi. Kesigapan dalam menangani keluhan klien misalnya, dapat diukur dari indikator waktu tanggap (*response time*), sementara inovasi PR dalam mengelola saluran-saluran komunikasi akan mempengaruhi tingkat penggunaan media. Pengertian dan dukungan klien terhadap program-program PR akan muncul begitu saja pada saat mereka merasa puas terhadap kinerja bagian PR, citra perusahaan di mata publik sangat positif, tingkat favorabilitas publik terhadap perusahaan kuat.

Sebuah institusi atau perusahaan akan mampu memiliki kualitas yang baik apabila didukung pula dengan adanya kualitas Sumber Daya Manusia yang memadai. Kemampuan atau

kompetensi dari karyawan sangat dibutuhkan untuk lebih meningkatkan daya saing antar institusi atau perusahaan. Beberapa skill atau kemampuan yang harus dimiliki antara lain adalah kepemimpinan, penguasaan bahasa asing, kemampuan negosiasi, dsb.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai lembaga perguruan tinggi swasta di Yogyakarta ditantang untuk dapat bersaing di era globalisasi seperti sekarang. Dalam hal ini, peran dan fungsi Humas (*Public Relations*) dalam masing-masing universitas harus dimaksimalkan. Untuk memaksimalkan hal tersebut, dibutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. Peningkatan kualitas tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan mengadakan pelatihan-pelatihan demi meningkatkan kualitas pegawai. Beberapa pelatihan yang dibutuhkan antara lain tentang kepribadian, *customer service* dan bahasa asing.

Peningkatan kualitas personel kehumasan dapat dilakukan dengan berbagai hal, seperti mengikutsertakan staf BHP pada berbagai training yang bertujuan meningkatkan kemampuan personil. Beberapa training yang pernah dilakukan untuk

meningkatkan kompetensi karyawan BHP UMY dalam kurun waktu 2013-2016 adalah : Pelatihan Jurnalistik, Pelatihan Keprotokolan, pelatihan Exelent Service, Pelatihan MC, dan Pelatihan Fotografi. Karyawan yang kompeten atau terlatih akan mampu menemukan atau menjalankan proses kerja yang tepat dan efisien (*internal process*). Proses internal yang tepat akan mendorong aktifitas proses bisnis lebih efektif sebagai konsekuensi logis dari kepuasan pelanggan yang juga akan meningkat.

Data yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan (dalam hal ini mahasiswa) adalah dengan survey kepuasan pelanggan, dimana ada 129 mahasiswa yang berasal dari berbagai bidang atau program studi. Berdasarkan hasil survey kepuasan, adalah sebagai berikut :

Aspek kehandalan layanan menjadi yang teratas dalam survey kepuasan penilaian mahasiswa, indeksnya sebesar 43,4%. Di urutan kedua adalah aspek interaksi personal yang memiliki indeks 42,6%. Sedangkan kepuasan terhadap fisik yang berupa fasilitas fisik yang menarik, kelengkapan, fasilitas tambahan, tata letak dan kemudahan fasilitas menduduki urutan ketiga, dengan indeks kepuasan 35,6%. Untuk aspek empati ada di urutan ke



empat dengan 17,5%, Sedangkan untuk Untuk kebijakan dan pemecahan (Assurance) masalah hanya memiliki indeks kepuasan sebesar 15,5 %. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa respon rata-rata terhadap kepuasan pelayanan di BHP UMY tergolong memuaskan.

Selengkapnya hasil survey kepuasan pelanggan (dari unsur mahasiswa) ada dalam Tabel 4.10 sampai dengan 4.14.

**Tabel 4.10**  
**Kepuasan Mahasiswa Aspek Kehandalan / *Reliability Aspect***

No	Respon	Putra		Putri		Total	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	31	42,46	25	44,65	56	43,4
2	Setuju	26	35,62	20	35,71	46	35,66
3	Netral/ Cukup	9	12,33	4	7,14	13	10,08
4	Tidak Setuju	3	4,11	3	5,36	6	4,65
5	Sangat Tidak Setuju	4	5,48	4	7,14	8	6,20
	N	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer diolah

**Tabel 4.11**  
**Kepuasan Mahasiswa Aspek Responsif / *Responsiveness***  
*Aspect*

No	Respon	Putra		Putri		Total	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	29	39,73	26	46,43	55	42,63
2	Setuju	20	27,40	15	26,78	35	27,13
3	Netral/ Cukup	10	13,69	8	14,29	18	13,95
4	Tidak Setuju	9	12,33	4	7,14	13	10,08
5	Sangat Tidak Setuju	5	6,85	3	5,35	8	6,20
	N	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah

**Tabel 4.12**  
**Kepuasan Mahasiswa Aspek Bangunan Fisik / *Tangibles***  
*Aspect*

No	Respon	Putra		Putri		Total	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26	20	35,71	46	35,66
2	Setuju	18	24,66	16	28,58	34	26,36
3	Netral/ Cukup	15	20,55	11	19,65	26	20,15
4	Tidak Setuju	9	12,32	6	10,71	15	11,63
5	Sangat Tidak Setuju	5	6,85	3	5,35	8	6,20
	N	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer Diolah

**Tabel 4.13**  
**Kepuasan Mahasiswa Aspek Empaty / *Empathy Aspect***

No	Respon	Putra		Putri		Total	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	31	42,46	25	44,65	22	31
2	Setuju	26	35,62	20	35,71	16	26
3	Netral/ Cukup	9	12,33	4	7,14	13	9
4	Tidak Setuju	3	4,11	3	5,36	36	3
5	Sangat Tidak Setuju	4	5,48	4	7,14	42	4
	N	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>73</b>

Sumber : Data Primer diolah

**Tabel 4.14**  
**Kepuasan Pelanggan Aspek Jaminan / *Assurance Aspect***

No	Respon	Putra		Putri		Total	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	13,70	10	17,85	20	10
2	Setuju	8	10,96	8	14,29	16	8
3	Netral/ Cukup	8	10,96	5	8,93	13	8
4	Tidak Setuju	20	27,40	9	16,07	29	20
5	Sangat Tidak Setuju	27	36,98	24	42,86	51	27
	N	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>73</b>

Sumber : Data Primer Diolah

Hasil pada tabel 4.10 sampai 4.14 menunjukkan bahwa survey kepuasan pelanggan dari unsur mahasiswa, antara kehandalan layanan dan interaksi personal memiliki indeks kepuasan yang hampir berimbang, dimana dengan kata lain, kehandalan layanan ditentukan juga oleh interaksi personal yang mendukung. Demikian juga dengan kebijakan dan pemecahan masalah, aspek yang memiliki indeks kepuasan rendah, dalam aspek ini BHP UMY dinilai belum berperan maksimal untuk melakukan strategi-strategi memperbaiki kualitas pelayanan di UMY.

Seorang Humas dapat melakukan keputusan dan tindakan pasti berdasarkan pada analisis data dan informasi. Kualitas yang berhubungan dengan data harus mencakup kebutuhan konsumen dan seluruh staf, pengendalian proses, dan pengukuran kinerja. Semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan organisasi harus terlibat secara penuh. Staf atau karyawan dan pimpinan serta administrator merupakan asset yang menghasilkan dan mempertahankan modal intelektual dimana kualitas produk dan jasa tersebut dihasilkan. Proses produksi atau operasional jasa akan tercapai dengan lebih efisien bila hubungan antara kegiatan

dan prosesnya dikelola sebagai suatu sistem terpadu. Proses tersebut mengubah nilai-nilai yang masuk pada organisasi atau perusahaan.

Analisis hasil survey yang mencakup kecakapan teknis dan pengetahuan strategis, hasil yang diperoleh BHP UMY adalah tinggi, yaitu 70%. BHP UMY dipandang cukup mampu menjalankan tugas dan perannya sebagai personal PR. Secara umum, tingkat kinerja dan kebijakan organisasi berada dalam tingkatan cukup, sedangkan pers relations yang dilakukan UMY dinilai cukup dari segi kuantitas, dimana dari sisi media monitoring analysis didapatkan hasil positif, secara kuantitatif berita yang dimuat cukup banyak (frekuentif), *pers relations* dinilai cukup memuaskan (Tabel ada pada lampiran Rekap Berita). Namun dari sisi aspek kunjungan ke media perlu mendapat tambahan perhatian, dalam arti *pers gathering* dan *pers conference* sudah mencukupi, namun dinilai masih kurang dalam kunjungan-kunjungan ke institusi media. Dari sisi finansial, diperoleh data bahwa BHP UMY cukup efisien dalam penggunaan dana. Namun tidak seimbang antara keuangan kegiatan internal dan eksternal, dalam arti tim BHP sering

mendapat limpahan job luar biasa yang melebihi kegiatan internal BHP sendiri, yang tertuang dalam mata anggaran rutin dan non rutin Biro, sehingga perlu mendapat perhatian.

(Gambar dan Tabel kegiatan dan anggaran dapat dilihat pada halaman lampiran).

Dari anggaran rutin dan non rutin BHP dapat terlihat bahwa penggunaan anggaran Biro Humas dan Protokol UMY dinilai efisien. Artinya biaya yang dianggarkan dan biaya yang direalisasikan sudah mampu ditekan seminimal mungkin. Dilihat dari presentase alokasi anggaran dari anggaran sebesar Rp 221.610.500, sebanyak 50,8 % atau Rp 112.110.500,- digunakan untuk *internal improvement* atau peningkatan kedalam, termasuk anggaran rutin yang dibelanjakan untuk kebutuhan Biro, disusul kemudian media relations sebesar Rp 55.000.000,- atau 24,8% dan sebanyak Rp 30.100.000,- atau 15,40% untuk protokol dan Rp 20.400.000,- atau 9,2 % untuk PR Survey, pembuatan *company profile*, *maintenance* videotron dan pengelolaan admin medsos. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar anggaran dapat digunakan berimbang untuk menjalin kerjasama dengan eksternal dan hubungan internal.

Dari data secara keseluruhan prosentase anggaran yang digunakan oleh PR UMY sudah efisien, proporsi dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara eksternal dan internal telah berimbang.

Dari sisi *customers perspective* dan proses bisnis internal juga dinilai cukup baik, terbukti pada tahun akademik 2014/2015 dan pertengahan tahun kerja anggaran 2015/2016 Biro Humas dan Protokol memperoleh predikat sebagai Biro Terfavorit dari sisi kinerja (Biro dengan kinerja terbaik) oleh audit mutu internal UMY yang dilakukan BPM (Badan Penjaminan Mutu) dan diumumkan pada saat Rapat Kerja Tengah Tahunan UMY Tahun 2016. (Sertifikat sebagai Biro Berkinerja Terbaik ada pada lampiran)