

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

A. KESIMPULAN

1. Dari analisis *Balanced Score Card*, pada aspek *learning and growth* yang mencakup kecakapan teknis dan pengetahuan strategis, hasil yang diperoleh PR UMY adalah tinggi, yaitu diperoleh rerata skala 3- 4. Dari hasil ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa PR UMY dipandang cukup mampu untuk menjalankan tugas dan perannya sebagai personil PR. Dari hasil perspektif bisnis internal, diperoleh hasil bahwa secara umum tingkat kinerja dan kebijakan organisasi berada dalam tingkatan cukup, sedangkan *media monitoring analysis* menunjukkan bahwa *media relations* dinilai kurang dari sisi kualitas pemberitaan, termasuk content dan variasi berita. Di dalam sistem komunikasi keorganisasian PR di nilai belum berperan secara maksimal menjalankan perannya, peran PR lebih banyak keluar (*external PR*). Nilai harapan anggota organisasi cukup tinggi, beberapa justru lebih dibandingkan nilai aktualnya. Dari hasil survey kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Survey*) hasil temuan sebagai berikut : kepuasan terhadap aspek fisik yang berupa fasilitas fisik yang menarik, kelengkapan, fasilitas tambahan, tata-letak dan kemudahan fasilitas adalah yang paling dirasakan oleh mahasiswa, dengan indeks kepuasan sebesar 35,28%. Aspek kehandalan layanan adalah aspek yang menduduki urutan kedua dalam penilaian mahasiswa, indeks kepuasan sebesar 20,73%. Sedangkan untuk interaksi personal memiliki indeks sebesar 19,34%. Untuk kebijakan dan pemecahan masalah hanya memiliki indeks kepuasan sebesar 10,40%.

12,24%. Dari data tersebut dapat kita simpulkan bahwa respon rata-rata terhadap terhadap kepuasan pelayanan di UMY.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 4 perspektif dalam *balanced scored card* ini, dapat disimpulkan bahwa kinerja PR UMY dari sisi *learning and growth* dan *financial perspektif* dipandang efektif (dibuktikan dengan rata-rata kinerja sebesar 3.8 dan *budget variance favorable*), namun dari sisi *customers perspecives* dan *internal business process* dinilai masih kurang terutama yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan kepada mahasiswa dan meningkatkan intensitas dan kualitas sistem komunikasi keorganisasian, terutama mekanisme saluran pemberian *feedback* terhadap organisasi dan pimpinan organisasi. Berdasarkan hasil *media monitoring analysis* didapatkan hasil *tone* berita positif, secara kuantitatif berita yang dimuat cukup banyak (frekuantif) namun masih sebatas 5 W+1H, tema berita cenderung monoton dan kurang menonjolkan output UMY, termasuk hasil penelitian para dosen. Pers Relations dinilai cukup namun aspek kunjungan ke media perlu mendapatkan perhatian, karena selama ini masih dinilai sangatkurang.

2. Dari hasil *balanced score card*, berdasarkan data dari keempat perspektif dapat dilihat dari perpektif *learning and growth organizations*, tingkat ketrampilan personil PR di UII cukup tinggi, namun training dan pelatihan yang diperoleh oleh PR masih sangat minim. Tingkat kepuasan pelanggan UII, dalam hal ini mahasiswa masih cukup rendah. Untuk aspek fisik (*physical aspect*), mean yang diperoleh adalah 35.47 menduduki peringkat pertama, sedangkan aspek *reliability* menduduki peringkat ke-2 (21.05), sedangkan *personnel interaction* menduduki peringkat ke 3 (18.84), *policy* menduduki peringkat 4 (13.30) dan *problem solving* menduduki rangking 5 (11.34). PR UII belum dapat berperan secara maksimal untuk meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa yang ada di UII.

3. Berdasarkan hasil *media monitoring analysis* didapatkan hasil *tone* berita positif, secara kuantitatif berita yang dimuat cukup banyak (frekuantif) namun masih sebatas 5 W+1H, tema berita cenderung monoton dan kurang menonjolkan output UMY, termasuk hasil penelitian para dosen. Pers Relations dinilai cukup namun aspek kunjungan ke media perlu mendapatkan perhatian, karena selama ini masih dinilai sangatkurang.

massa, isu-isu yang diangkat cukup aktual. *Sustainability* dalam menjalin *pers relations* menjadi syarat agar hubungan selama ini telah terjalin baik tetap dapat terjaga. Seperti halnya pada PR UMY, internal PR masih dirasakan kurang terutama untuk membangun saluran komunikasi keorganisasian. Mekanisme *feedback* masih berlangsung melalui tangga hirarki organisasi

B. Saran- saran

1. Bagi PR di UMY, peningkatan kualitas SDM yang terus menerus perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Dari sisi *internal business process*, peran internal PR masih sangat diperlukan untuk menjaga kualitas pelayanan terhadap *customer* di UMY dan juga meningkatkan perannya sebagai manajer komunikasi dan informasi yang ada di UMY. PR UMY dapat melakukan riset untuk melihat kebutuhan informasi yang dirasakan oleh karyawan dan media untuk menyalurkan informasi tersebut. PR juga dapat melakukan riset mengenai tanggapan karyawan terhadap media internal yang selama ini telah ada. Hasilnya kemudian digunakan untuk mendesain media yang sesuai dengan *needs and wants* customer (dalam hal ini anggota organisasi) . Kepekaan (sensitivitas) terhadap sistem kerja pers yang notabene sangat memerlukan kecepatan dan kebaruan informasi juga menjadi tuntutan bagi PR UMY. Kebutuhan pelatihan yang bersifat *tailor made* juga sangat dibutuhkan untuk meng-*up-date* dan meng-*up-grade* kompetensi yang dimiliki oleh PR.

2. Bagi PR UII, dari aspek *internal business process* perlu menambah saluran komunikasi organisasi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan. PR dapat mengidentifikasi kebutuhan media berdasarkan *need and wants* karyawan. Di era digital dan teknologi informasi, pemanfaatan media elektronik seperti *mailing list* dapat dimaksimalkan dan juga media

lain seperti radio komunitas dapat menjadi alternatif yang dapat dipilih PR. Untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan karyawan terutama yang terkait dengan sistem informasi dan komunikasi, dibutuhkan riset lanjutan terhadap hal ini. PR juga dapat memanfaatkan dan menambah saluran aspirasi bagi karyawan yang tidak bersifat konvensional seperti yang selama ini digunakan. Wacana untuk menjadikan radio komunitas sebagai saluran bagi institusi yang tingkat heterogenitasnya cukup tinggi dapat dipertimbangkan. Selain itu, dengan tetap memberdayakan forum dalam *mailing list*.

Pergantian personel PR yang terjadi cukup sering di UII, menjadi salah satu aspek yang mengganggu kesinambungan (*sustainability*) terhadap *media relations*. Sebagai universitas yang tertua di Indonesia dan memiliki publik yang cukup luas, sudah saatnya UII memiliki team PR yang terstruktur dan solid di bawah struktur organisasinya. Hal ini sangat penting mengingat UII telah memiliki Brand Equity yang cukup kuat di mata publik. Dengan adanya team PR yang solid maka asset brand yang selama ini dimiliki UII diharapkan akan terus meningkat. Hal ini menuntut kesadaran pimpinan institusi terhadap pentingnya peran PR. Keberadaan team PR yang solid dan matang menjadi hal yang mutlak harus dilakukan oleh UII. Jika hal ini tidak segera dilakukan bukan tidak mungkin dalam waktu yang tidak terlalu lama, *asset brand* yang telah dimiliki oleh UII selama bertahun-tahun akan terus menurun. Pengawasan terhadap citra institusi menjadi sangat penting mengingat ke depan, lebih banyak tantangan yang dihadapi oleh PT. Persaingan PT yang sangat ketat dan peningkatan kualitas yang terus menerus menjadi tuntutan bagi PT di untuk selalu membenahi diri dan melakukan perubahan. Posisi PR perguruan tinggi akan semakin penting dan strategis untuk menghadapi kondisi ini.