

Jurnal Komunikasi

The Muslim Show: *Soft Contra* “Labeling” Melalui Media Sosial

Yuliana Rakhmawati

Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya

Victor Marulitua Lumbantobing

Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Timur (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)

Teguh Hidayatul Rachmad

Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep

Anis Kurli

Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media

Agesty Sabreyna RM, R. Bambang Moertijoso

Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil

Imam Sofyan

Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan

Ipin Rahmadi, Dewi Quraisyin

Agenda Setting Function (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global)

Netty Dyah Kurniasari

Jurnal Komunikasi

Vol. IX. No. 1, Maret 2015

ISSN 1978-4597

Penanggung Jawab

Surokim

Ketua Penyunting

Netty Dyah Kurniasari

Sekretaris Penyunting

Imam Sofyan

Teguh H. Rachmad

Penyunting Pelaksana

Yuliana Rahmawati

Dewi Quraisyin

Dessy trisilowaty

Syamsul Ariffin

Penyunting Ahli

Sasa Djuarsa Sandjaja

Pawito

Prahastiwi Utari

Administrasi

Syamsul Gunawan

Achmad Fauzi

Alamat Redaksi :

Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Trunojoyo Madura

Jl. Raya Telang PO. BOX 02

Bangkalan 69162

Telp. 031-30123390

Fax. 031-3011506

Email :

jurnalikomutm@gmail.com

The Muslim Show: *Soft Contra "Labeling"* Melalui Media Sosial

Yuliana Rahmawati (1-12)

Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya

Victor Marulitua Lumbantobing (13-20)

Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur. (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)

Teguh Hidayatul Rachmad (21-40)

Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep

Anis Kurli (41-56)

Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media

Agesty Sabreyna RM, R. Bambang Moertijoso (57-72)

Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil

Imam Sofyan (73-82)

Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan

Ipin Rahmadi, Dewi Quraisyin (83-94)

Agenda Setting Function (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global)

Netty Dyah Kurniasari (95-104)

Jurnal Komunikasi adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya, Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.

Kata Pengantar

Jurnal Ilmu Komunikasi edisi Maret 2015 ini menghadirkan tema yang bervariasi, mulai dari kajian media, kajian budaya sampai komunikasi bisnis. Kajian media diawali oleh tulisan Yuliana Rahmawati yang berjudul *The Muslim Show : Soft Contra "Labeling"* Melalui Media Sosial. Tulisan ini mengupas tentang reaksi yang dilakukan oleh pemeluk agama Islam di komik *The Muslim Show*. Seperti kita ketahui setelah peristiwa 9/11, masyarakat muslim mendapatkan labeling sebagai agama yang menyimpang, fundamentalis dan teroris. Sekelompok warga Muslim mencoba mengcounter pemberitaan ini melalui media komik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muslim Prancis berusaha untuk menunjukkan image yang positif dan bahwa Islam agama cinta damai.

Kajian komunikasi bisnis diawali dengan tulisan Victor Marulitua Lumbantobing yang membahas tentang Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat dan positif antara peranan komunikasi yang dilakukan Customer Service terhadap kepuasan pelanggan CV Lintas Semesta khususnya penguasaan product knowledge. Dengan menguasai bentuk layanan yang dimiliki oleh CV Lintas Semesta dan kemampuan komunikasi yang baik untuk memberikan informasi yang tepat serta mampu mendengarkan informasi yang disampaikan pelanggan, baik yang berbentuk keluhan, kritik, saran atas jasa yang dibeli oleh konsumen hingga dapat mengikat pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

Selanjutnya tulisan oleh Teguh Hidayatul Rachmad yang berjudul *Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua konsep yang dipakai adalah strategi marketing dan strategi public relations. Kedua strategi dianalisis dari sisi internal dan eksternal. Studi tersebut menyimpulkan bahwa strategi public relations yang dilakukan PN Jawa Timur efektif, namun harus dikombinasikan dengan pendekatan ke calon mahasiswa baru. Lebih lanjut, citra yang positif juga bisa dipertahankan dengan cara meningkatkan kualitas servis dan fasilitas di kampus.

Ipin Rahmadi dan Dewi Quraisyin melakukan penelitian tentang Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan. Studi ini ingin mengulas tentang aplikasi konsep IMC yang sudah dilakukan oleh radio Segara Bangkalan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Segara Bangkalan menggunakan enam konsep IMC yaitu advertising, public relations, personal selling, sales promotion, direct marketing dan interactive marketing.

Masih tentang komunikasi bisnis. Agesty Sabreyna dan Bambang Moertijoso

mengulas topik tentang Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media. Penelitian menunjukkan ada beberapa langkah yang dilakukan Humas PT Pelindo dalam menghadapi krisis. : Yaitu tahap analisis, identifikasi dan respon media.

Anis Kurli dan Yuliana Rakhmawati mengupas tentang Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat mengkonstruksi kiai sebagai ulama (pemimpin Islam), Kiai sebagai tokoh kharismatik serta sebagai figur politik.

Kajian tentang media juga dilakukan oleh Imam Sofyan dengan artikel berjudul Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil. Artikel ini mencoba untuk mendeskripsikan teori tentang politik pluralitas dalam konteks masyarakat Indonesia. Selain itu juga membahas tentang peran media dalam mengawal demokrasi dan memperkuat masyarakat sipil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perspektif politik dan media dalam upaya pembangunan *civil society* dapat terbentuk melalui model ruang publik Habermas. Dengan sistem politik yang terbuka, politik yang berpihak pada kepentingan masyarakat akan mampu menciptakan sistem media yang bebas sebagai perwujudan demokrasi. Media untuk selanjutnya dapat menjalankan perannya secara fungsional dalam menunjang proses demokratisasi dengan memberikan ruang publik yang bebas pada masyarakat. Pada akhirnya, masyarakat yang *well informed, educated society* berpeluang besar bagi penciptaan masyarakat sipil sebagaimana yang diharapkan tanpa harus *vis a vis* terhadap negara.

Kajian media sebagai penutup edisi maret ini tentang *Agenda Setting Function* (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global) yang dilakukan oleh Netty Dyah Kurniasari Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah agenda media berpengaruh terhadap agenda publik khususnya tentang pemberitaan krisis ekonomi Amerika dan global. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi dengan cara membandingkan pemberitaan di media tentang krisis ekonomi dengan apa yang terjadi di publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara agenda media dan agenda publik tentang peristiwa krisis ekonomi Amerika dan global.

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN
CITRA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI JAWA TIMUR
(Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur)**

Teguh Hidayatul Rachmad

*Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura
teguhkaneshiro@gmail.com*

ABSTRACT

The strategy is a means or tool to achieve long-term goals in accordance with the vision and mission agencies. Public relations is the process or activity that aims to establish communication between the organization and external parties and within the organization. The image is the overall impression formed the minds of the public agency. So when put together, then the sense of Public Relations Strategy, which is how the effort to achieve the specified goal or purpose in accordance with the wishes continuously deliberately, in order to establish and maintain mutual understanding between the organization and its publics.

Issues examined in this study are: "Public Relations Strategies in Improving the image of Private Higher Education in East Java (Case Study of Private Higher Education in National Development University" Veteran "East Java)? ". The research method used was qualitative research methods. Merely descriptive research describing situations and events. Data collection techniques used is through depth interview, observation and documentation. This type of sampling used was purposive sample of the sample aimed to choose certain people who are considered able to represent the population, are expected to be able to answer the research problem.

From the results of this study was obtained that the Strategic Public Relations, UPN "Veteran" East Java in Improving the image using the two concepts of strategic marketing and public relations strategies. Both strategies are analyzed from internal and external. This study concluded that the Public Relations Strategy UPN "Veteran" East Java in Improving image is effective, but must be supplemented by a strategy closer to the target market college, in this case is prospective students. Image enhancement can also be achieved by improving the quality of service and facilities as well as spiritual guidance to all the academic community, particularly students

Key words : Strategy, Public Relations, Image

I. PENDAHULUAN

Menghadapi era globalisasi dan rencana otonomi pengelolaan perguruan tinggi, pendidikan tinggi Indonesia menghadapi tantangan untuk menciptakan, meningkatkan dan menjaga kualitas sumberdaya yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan lulusan berkualitas yang berdaya saing tinggi. Lulusan yang berkualitas merupakan hasil pembelajaran dari semua elemen yang ada di perguruan tinggi, baik dari bagian organisasi (publik internal), juga datang dari masyarakat (publik eksternal). Dari publik sebagai “*klien*”, datang tuntutan untuk meningkatkan kualitas pengajaran yang dapat menghasilkan lulusan berkualitas yang mampu menghadapi persaingan era globalisasi. Sedangkan dari publik sebagai “*mitra*”, datang tuntutan untuk peningkatan kualitas hasil penelitian dan kualitas pangabdian pada masyarakat yang mampu menjawab permasalahan dan tantangan pembangunan yang sedang berkembang.

TUPOKSI (Tugas Pokok dan Fungsi) lembaga Perguruan Tinggi dirumuskan dalam Tridharma Pendidikan Tinggi, yang terdiri dari fungsi pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam melaksanakan ketiga dharma ini, perguruan tinggi membutuhkan interaksi dan komunikasi dengan publik sebagai klien dan mitra.

Hak otonomi Perguruan Tinggi yang diterapkan di seluruh Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Indonesia membawa *efek breakdown* yang sangat besar

terhadap pengelolaan Perguruan Tinggi yang bersangkutan. *Survive* dan dapat menghidupi dirinya sendiri menjadi satu tuntutan untuk Perguruan Tinggi Negeri. Akibatnya, setiap Perguruan Tinggi Negeri saling berlomba-lomba untuk menunjukkan kualitas dan kuantitas dirinya, kehebatan dirinya dan kelebihan yang dimilikinya.

Fenomena ini membawa *efek breakdown* yang sangat besar terhadap keberlangsungan hidup Perguruan Tinggi Swasta. Quota yang harus diperebutkan oleh Perguruan Tinggi Swasta menjadi semakin kecil, terutama ketika Perguruan Tinggi Negeri semakin banyak membuka program-program lain diluar program regular yang sudah ada sebelumnya. Kondisi ini semakin menjadi kacau dengan banyaknya Perguruan Tinggi Swasta yang berdiri. Sehingga bukan satu perkara yang mudah untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan quota ‘calon mahasiswa’ yang jumlahnya tetap, sementara jumlah pesaing semakin hari semakin bertambah.

Menghadapi rencana otonomi pengelolaan pendidikan tinggi, khususnya perguruan tinggi swasta perlu melakukan pembenahan internal antara lain melalui peningkatan komunikasi antar civitas akademika untuk menghasilkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan pendidikan tinggi. Sedangkan dalam menghadapi era globalisasi, peran pendidikan tinggi semakin penting dan strategis dalam menjawab permasalahan dan tuntutan yang timbul di masyarakat.

Visi dan misi Pendidikan Tinggi

adalah untuk masyarakat, sehingga perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharmanya harus bersifat aktif berintegrasi dengan publiknya, dan dalam hal ini peran *Public Relation* (atau di perguruan tinggi lebih dikenal sebagai Hubungan Masyarakat) menjadi penting dan strategis.

Perguruan Tinggi bukan lagi sebagai lembaga *non-profit* yang 'hanya' bergerak dalam bidang ilmu dan '*transfer of knowledge*'. Lebih dari pada itu, Perguruan Tinggi menjadi lembaga profit dengan topeng '*transfer of knowledge*' dan ilmu menjadi produk yang diperjual belikan. Pada tataran inilah citra sebuah perguruan tinggi menjadi satu hal yang penting dan menjadi satu pertimbangan masyarakat sebagai klien dan mitra ketika mereka memutuskan Perguruan Tinggi mana yang akan mereka pilih.

Citra atau *image* menjadi satu hal yang sangat penting untuk di jual kepada calon konsumen (dalam hal ini adalah masyarakat luas yang mau melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi). Seperti yang dikatakan Kotler (1997:208), citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Keyakinan terhadap suatu obyek ini dapat dimiliki oleh seseorang apabila ada transfer pesan yang tepat. Dengan kata lain, cara mengkomunikasikan suatu pesan tentang suatu obyek akan menghasilkan efek yang positif dan menimbulkan citra yang positif dibenak calon konsumen apabila penyampaian pesan

itu menggunakan kemasan yang tepat.

Public relations merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi perilaku publik sasaran, mengidentifikasi kebijakan dan program organisasi atau individual melalui kepentingan publik dan melaksanakan program atau kegiatan komunikasi yang telah direncanakan sebagai salah satu tindakan untuk membuat publik menjadi mengerti dan menerima tujuan perusahaan (Balan, 1995, p.17). Fungsi dari *public relations* yang sangat kompleks dan urgent harus dimengerti, dipahami dan dilaksanakan dengan benar dan teliti untuk kemajuan serta kelangsungan lembaga pendidikan, perusahaan ataupun organisasi yang dikelola.

Seperti program pendidikan murah, yang saat ini direncanakan oleh pemerintah, namun melihat kenyataan di lapangan hal ini belum dapat diterapkan karena adanya isu tentang komersialisasi bidang pendidikan sehingga pendidikan hanya akan dinikmati oleh sebagian orang saja terutama orang-orang yang kaya atau berkecukupan. Alangkah bijaknya seandainya setiap instansi dapat menempatkan praktisi humas yang memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam mengelola setiap isu yang terjadi baik itu yang menyangkut pencitraan organisasi maupun penanganan krisis yang dialaminya. Langkah-langkah apa yang bisa dilakukan dalam menanggulangi krisis itu. Mengingat fungsi humas yang sangat strategis sebagai alat komunikasi dan koordinasi organisasi ikut berperan sebagai pembawa informasi

menyangkut kepentingan organisasi dan kebijakan manajemen.

Salah satu contoh bukti Humas Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur telah menjalankan fungsinya dengan baik adalah dengan banyaknya penghargaan yang diperoleh dari media massa maupun lembaga yang berada di bawahnya, seperti yang terjadi pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya yang telah memperoleh penghargaan dari Kopertis VII dan majalah Tempo. Penghargaan tersebut dapat dilihat di bawah ini :

Civitas akademika UPN “Veteran” JATIM patut berbangga setelah KOPERTIS WILAYAH VII menetapkan UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai salah satu Universitas Unggulan se Kopertis WILAYAH VII. Kinerja yang baik dan kerja keras selama ini dari unsur pimpinan, dosen, karyawan juga mahasiswa membuahkan hasil yang membanggakan . Penghargaan diterimakan langsung oleh kepala kopertis VII kepada Rektor UPN “Veteran” Jatim Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto ,MP pada acara Rapat Kerja Pimpinan Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah VII, Selasa tanggal 8 Maret 2011 di kota Batu.

Kopertis wilayah VII telah menetapkan Lima Perguruan Tinggi Unggulan dengan urutan sebagai berikut :

1. UNMUH Malang
2. UK Petra
3. UPN “Veteran” Jatim
4. UBAYA
5. Universitas Widya Mandala.

Penetapan 5 Perguruan Tinggi Unggulan tersebut didasarkan pada prestasi dibidang Tata Kelola Perguruan Tinggi, prestasi dibidang Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat serta Prestasi dibidang kemahasiswaan.

Majalah Tempo pada tahun 2010 melakukan sebuah survey secara nasional untuk menentukan daftar Universitas Swasta Terbaik 2010. Tujuan diadakannya survey adalah membantu orang tua dan calon mahasiswa untuk menentukan perguruan tinggi swasta yang sesuai dengan harapannya. Hasil survei yang telah dilakukan oleh TEMPO. Selengkapnya dapat dilihat di buku TEMPO -UNIVERSITAS SWASTA TERBAIK 2010– Panduan Memilih Perguruan Tinggi 2010. Seperti terlihat di bawah ini :

PTS TERBAIK DENGAN BIAYA TERJANGKAU JAWA TIMUR 2010

1. UPN Jatim
2. Universitas Surabaya (UBAYA)
3. Universitas Tujuh Belas Agustus (UNTAG) Surabaya
4. Universitas Dr. Soetomo (UNITOMO)
6. Sekolah Tinggi Ilmu Komputer (STIKOM)
6. Universitas Kristen PETRA
7. STIESIA

PERGURUAN TINGGI SWASTA TERBAIK JAWA TIMUR 2010

1. Universitas Surabaya (UBAYA)
2. Universitas Pembangunan Nasional (UPN Jatim)
3. STIKOM Surabaya

4. Universitas 17 Agustus (UNTAG)
5. Universitas Kristen PETRA

**PTS TERBAIK NASIONAL
RESPONDEN JAWA TIMUR 2010**

1. Universitas Surabaya (UBAYA)
2. Universitas Trisakti (USAKTI)
3. Universitas Pembangunan Nasional (UPN Jatim)
4. STIKOM Surabaya
5. Universitas Pancasila (UP)
6. Universitas Kristen PETRA
7. Universitas Tujuh Belas Agustus Surabaya (UNTAG)
8. ABFI Perbanas
9. Universitas Dr. Soetomo (UNITOMO)
10. Unika Atmajaya

Dari penghargaan Kopertis VII dan survey majalah TEMPO di atas terlihat jelas bahwa UPN meskipun tidak selalu menempati urutan pertama pada beberapa kategori, tetapi peringkatnya selalu tinggi pada 3 besar Perguruan tinggi dan berhasil bertahan pada urutan tersebut adalah sebuah hal yang tidak mudah untuk menjaga konsistensi citra agar selalu terbaik dan menjadi terdepan dari perguruan tinggi lainnya .

Dari situlah peneliti mengambil Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya (UPN) menjadi objek penelitian. UPN yang memperoleh peringkat pertama dalam kategori PTS terbaik dengan biaya terjangkau Jawa Timur 2010 dan peringkat ketiga dalam perguruan tinggi unggulan versi Kopertis VII, serta peringkat ke dua dalam PTS terbaik JATIM 2010,

dan peringkat ke tiga dalam PTS terbaik nasional responden JATIM 2010. Adapun prestasi lainnya yaitu Termasuk sebagai 58 Perguruan Tinggi terbaik di Indonesia pengimplentasi Penjaminan Manajemen Mutu Perguruan Tinggi Indonesia dan Mendapatkan sertifikat ISO 9001-2008 dan AIWA 2 di bidang Sistem Manajemen Mutu (Quality Management System). Semua penghargaan tersebut tidak lepas dari peran *Public Relations* yang sudah bekerja keras dengan membuat strategi dan menyampaikan berbagai informasi di semua saluran komunikasi.

Para praktisi *Public Relations* harus mampu menjadi mediator yang menjembatani hubungan antara manajemen dan penyebab dari krisis, baik itu dari sisi internal maupun eksternal. Apalagi dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar media, bukan suatu hal yang mustahil jika sebuah permasalahan eksternal akan berkembang menjadi permasalahan publik. Untuk itu, seorang praktisi *Public Relations* harus mampu mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar.

Etika, strategi dan status, merupakan implementasi *public relation* yang perlu ditelaahsecaraterpadu, sehinggadiharapkan peran *public relations* di perguruan tinggi swasta dapat meningkatkan citra dari perguruan tinggi yang berpengaruh pada intake di perguruan tinggi tersebut. Yang menjadi permasalahan sekarang adalah Bagaimana pemahaman pihak Perguruan

Tinggi Swasta di Jawa Timur tentang Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya)?

Rumusan Masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur? (*Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya*). mempunyai tujuan penelitian untuk mengetahui Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya). Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari pelaksanaan penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu manfaat penelitian secara teoritis, praktis, dan masyarakat atau pemerintah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi cabang keilmuan yang peneliti tekuni, dalam hal ini adalah ilmu komunikasi
- b. Penelitian ini menjadi permasalahan baru di bidang keilmuan komunikasi terutama dalam bidang public relations dalam membangun citra perguruan tinggi di khalayak
- c. Menjadi referensi dalam keilmuan komunikasi di bidang public relations untuk penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

- a. Menambah khazanah keilmuan peneliti dalam rangka pengembangan kapasitas dan potensi diri.
- b. Implementasi ilmu pengetahuan yang telah peneliti peroleh dari bangku perkuliahan.
- c. Sebagai bahan untuk memahami peran *Public Relations* dalam meningkatkan citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur
- d. Sebagai penambah wacana keilmuan tentang *Public Relations*

3. Secara Masyarakat / Pemerintah

- a. Memberikan kontribusi bagi pemerintah terutama DIKTI, & Kopertis dalam mengambil suatu kebijakan yang secara objektif
- b. Meningkatkan image kepada masyarakat bahwa pendidikan itu penting, baik strata 1, 2, ataupun 3.
- c. Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
- d. Sebagai rekomendasi strategi *Public Relations* dalam meningkatkan citra di Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Surabaya.

Teori yang paling mendasar dalam penelitian Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya) adalah teori kompilasi antara ilmu komunikasi dan public relations yang di

dalamnya terdapat beberapa pengertian dari istilah-istilah yang terkandung dalam judul penelitian ini, antara lain :

- Pengertian dari strategi menurut Glueck dan Jauch, 9:1989 adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pengertian strategi secara umum dan khusus sebagai berikut:

1. Pengertian Umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. Pengertian khusus

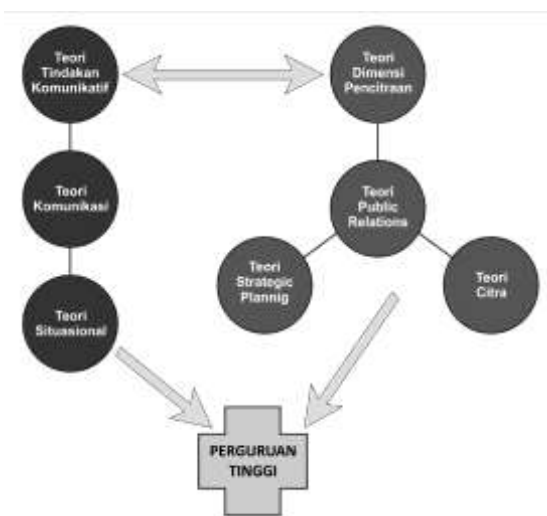
Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core

competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

- Public Relations menurut definisi yang dirumuskan oleh IPR (Institute Public Relations) adalah praktek humas yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan (terus-menerus) dalam rangka menciptakan dan mempertahankan niat baik (*goodwill*), serta sikap-sikap yang saling pengertian yang bersifat timbal balik (*Mutual Understanding*) antara suatu organisasi atau perusahaan dengan segenap khalayaknya. (Frank Jefkins, 1996:8)
- Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek (Kotler, 1997: 208).

Setelah mengerti dan memahami pengertian dari istilah-istilah di atas, maka selanjutnya adalah membahas tentang teori kompilasi antara ilmu komunikasi dan public relations yang di *combine* menjadi satu kesatuan untuk membedah dan menganalisis studi kasus tentang perguruan tinggi terutama strategi kehumasan perguruan tinggi swasta. Adapun alur kerangka teori dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar II.1
Alur Kerangka Teori



Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi dan peristiwa. Penelitian yang bersifat deskriptif, bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu untuk menentukan frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat (Koentjoroningrat, 1983).

Ciri-ciri lain metodologi deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar (foto) dan bukan angka-angka, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Dalam penelitian ini akan berisi kutipan – kutipan data untuk memberi gambaran penyajian penelitian tersebut, pertanyaan dengan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti.

II. PEMBAHASAN

Semua hasil interview, dokumentasi dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti di Universitas Pembangunan “Veteran” Nasional Jawa Timur, maka dapat disimpulkan atau di analisa sesuai dengan data yang terkumpul tentang Strategi Public Relations UPN “Veteran” Jatim dalam meningkatkan citra di khalayak ramai dapat di lihat bagan IV-1.

Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

- Philip Kotler (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
- Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.
- Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.
- Menurut W Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan

dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

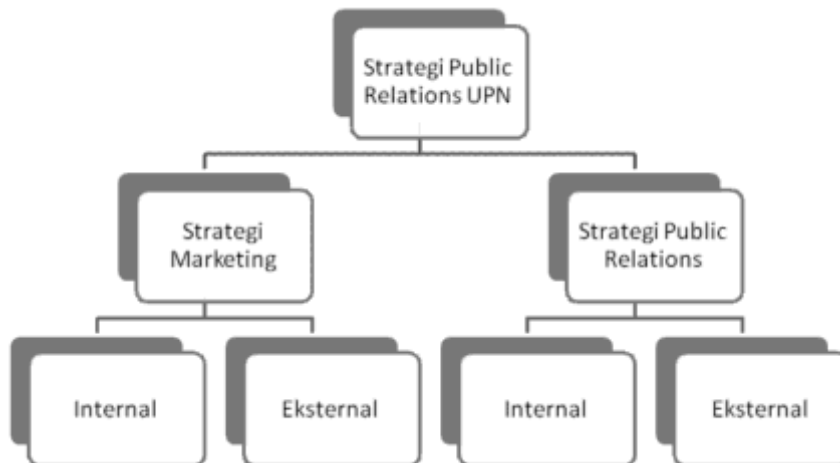
Setelah melihat asumsi, pendapat dan pemikiran dari para ahli marketing di dunia yang menjelaskan secara detail tentang arti dari strategi marketing. Ada sedikit perbedaan dari pengertian para marketer di atas. Strategi marketing menurut hasil penelitian di UPN “Veteran” Jatim adalah Serangkaian kegiatan pengenalan, publikasian, dan pengklarifikasian (apabila terjadi issue) produk (dalam hal ini adalah universitas beserta yang ada di dalamnya) di semua media, baik di internal maupun di eksternal yang menggunakan kerjasama orang ke dua ataupun orang ketiga dengan imbalan sebuah materi.

Kegiatan pemasaran yang dirancang, dibahas, dan kemudian dilaksanakan oleh pihak UPN “Veteran” Jatim di ruang lingkup internal atau dalam kampus. Pihak

penyelenggara kegiatan bisa dari kampus UPN “Veteran” Jatim atau dari perusahaan dan instansi yang ada di luar UPN “Veteran” Jatim. Adapun kegiatan Strategi Marketing Internal UPN “Veteran” Jatim adalah sebagai berikut :

Definisi event adalah sebagai berikut: *“events are transient, and every event is a unique blending of its duration, setting, management, and people.”* Event adalah fana, tidak abadi dan setiap event merupakan suatu campuran unik dari durasi, engaturan, pengurus dan orang-orangnya. (Getz, 1997: 4). Sedangkan definisi special event adalah sebagai berikut: *“special events are defined as specific rituals, presentation, performances or celebratios that are consiously planned and created to mark special occasions or to achieve particular social, cultural or corporate objectives”*. *Special Event* adalah suatu ritual istimewa, penunjukan, penampilan atau perayaan yang pasti direncanakan

Bagan IV.I
Strategi Public Relations UPN “Veteran” Jatim



dan dibuat untuk menandai acara-acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama-sama. (Allen, 2002: 11). Event dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. (Getz, 1997: 7). Yang termasuk dalam public event di UPN "Veteran" Jatim adalah :

UKM Pers Mahasiswa GITA UPN "Veteran" Jawa Timur selenggarakan *G-sign 3* yang berisikan tentang Workshop bertema *The Power of Design* tersebut terbuka bagi mahasiswa dan peajar SMA se-Surabaya. Namun, ada pelajar SMP yang mengikuti workshop ini. Kebetulan, peserta tersebut adalah saudara kandung dari panitia. *G-sign 3* diikuti oleh 21 peserta dari berbagai universitas dan sekolah, diantaranya UPN, ITS, ITATS, Universitas Trunojoyo dan SMP Bina Bangsa Surabaya. Anis Yasmin Soraya, salah satu peserta mengaku sangat tertarik mengikuti *G-sign 3* karena kesukaanya terhadap dunia design. "semoga nanti ada workshop lagi seperti ini, tapi lebih lama durasinya," ujarnya. Sedangkan *private event* di UPN "Veteran" Jatim adalah :

Peringatan Hari Kartini di UPN "Veteran" Jawa Timur memuat berita tentang Beragam cara yang dapat dilakukan untuk memperingati Hari Kartini. Di UPN "Veteran" Jatim misalnya, semua petugas upacara dilaksanakan oleh perempuan dengan memakai pakaian kebaya lengkap dengan sanggul dan pernak-pernik aksesorisnya.

Hal ini merupakan nilai-nilai yang akan kita waris dari semangat RA. Kartini. Ada yang berbeda pada upacara kali ini, istri dari dosen maupun karyawan diundang untuk menghadiri Peringatan Hari Kartini tahun ini dan mengangkat tema "Dengan Semangat Hari Kartini Kita Wujudkan Semangat Bela Negara". Pakaian yang dikenakan peserta upacara bervariasi, ada yang mengenakan adat Jawa Timuran dari berbagai daerah di Jawa Timur, dari Madura, Toraja, Bali, Aceh maupun Sumatera dan daerah lainnya. Ini menunjukkan bahwa di UPN terdapat kebinekaan tetapi memiliki komitmen satu yaitu berjuang untuk meningkatkan pendidikan nasional dan mencetak sarjana prionir pembangunan. Disela-sela upacara juga ada penyampaian penghargaan kepada dosen maupun karyawan yang merupakan stya lncana kesetiaan yang sudah mengabdikan 10 tahun, 20 tahun dan 30 tahun serta pemberian penghargaan kepada mahasiswi-mahasiswi yang berprestasi. Peringatan Hari Kartini kali ini dititikberatkan pada upaya mengenag perjuangan RA. Kartini dalam memajukan kaum perempuan, dan menumbuhkan rasa bela negara sebagai kiat menegakkan eksistensi dan kejayaan Negara Indonesia juga menumbuhkan rasa cinta pada kebudayaan daerah sebagai upaya pelestarian keanian daerah.

Brosur, pamflet, atau buklet adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari

satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan staples, [benang](#), atau [kawat](#)), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras. Contoh brosur di UPN “Veteran” Jatim adalah brosur penerimaan mahasiswa baru. Brosur dapat dilihat di bagian lampiran dari penelitian ini.

Media cetak yang berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yg diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok profesi tertentu. Majalah atau buletin di UPN “Veteran” Jatim adalah Warta UPN. Kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Spanduk yang berisikan informasi penerimaan mahasiswa baru diletakkan atau dipasang di depan kampus UPN “Veteran” Jatim.

Strategi Marketing Eksternal: Bekerjasama dengan pihak media untuk mencari publisitas atau merespon ketertarikan mereka terhadap lembaga. UPN “Veteran” Jatim mengadakan kerjasama dengan media Jawa Pos lewat event Campus Expo pada tanggal 5 Mei 2001. Selain itu, UPN “Veteran” Jatim mengadakan diskusi dengan media, yang isi beritanya sebagai berikut:

Humas UPN “Veteran” Jatim Selenggarakan Diskusi Media

Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara efektif untuk membangun, menjaga dan meningkatkan citra atau reputasi

di mata stakeholder. *Media relation* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi media relation yang berjalan sangat baik bermanfaat bagi aktifitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan. Karena hal itu, Humas UPN “Veteran” Jatim menyelenggarakan Diskusi Media dengan tema “Mengenal Media Lebih Dekat”. Diskusi yang diikuti sekitar 150 mahasiswa ilmu komunikasi dan beberapa kelompok mahasiswa pers dan penerbit UPN “Veteran” Jawa Timur ini diselenggarakan di ruang Seminar Fakultas Pertanian, Senin/ 18 April 2011.

Menciptakan dan menjaga kepercayaan investor dan membangun hubungan baik dengan komunitas finansial. Juga dikenal dengan *investor* atau *stakeholders relations*. Dalam hal ini UPN “Veteran” Jawa Timur menerima bantuan free wifi dari xl. Berita selengkapnya dapat dilihat dibawah ini :

Fisip UPN “Veteran” Jatim Dapatkan Bantuan *Free Wi-Fi XL*

Guna menunjang fasilitas serta melengkapi saran informasi dan komunikasi, FISIP UPN “Veteran” Jatim menjalin kerjasama dengan PT. XL Axiata Tbk. Dalam kerjasama ini FISIP UPN “Veteran” Jatim mendapatkan bantuan *Free Wi-Fi XL* dan Beasiswa. Penandatanganan

kerjasama tersebut dilakukan pada, Jumat 11 Maret 2011 bertempat di ruang Penida Noor FISIP UPNV Jatim.

Berhubungan dengan lembaga-lembaga lain dalam industri dari sebuah organisasi dan dengan asosiasi dagang. UPN “Veteran” Jatim mengadakan *Industrial Relations* dengan Sinar Mas dan Indonesia Stock Exchange. Berita selengkapnya dapat dilihat di bawah ini:

Prodi Administrasi Bisnis Selenggarakan Workshop Pasar Modal

Bertempat di ruang Seminar Penida Noor FISIP UPN “Veteran” Jatim, Rabu/ 30 Maret 2011 diselenggarakan Workshop dengan tema “Pendidikan dan Cara Jitu Berinvestasi Secara Efektif di Pasara Modal”. Workshop sehari tersebut diselenggarakan oleh Program Studi Administrasi Bisnis yang dikelola oleh kelompok Mahasiswa yang tergabung dalam Pojok BEI FISIP UPN “Veteran” Jatim bekerjasama dengan Sinar Mas sekuritis dan Indonesia Stoke Exchange. Kegiatan ini menurut Dekan FISIP, Dra. Suparwati, M. Si merupakan program rutin yang diselenggarakan Prodi Administrasi Bisnis yang bertujuan untuk memberikan pengenalan serta pelatihan khususnya kepada mahasiswa tentang pasar modal dan hal-hal yang terkait di dalamnya termasuk bagaimana cara berinvestasi yang baik.

Menyediakan saran kepada manajemen yang berhubungan dengan kebijakan, hubungan dan komunikasi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh pihak UPN “Veteran” Jatim adalah mengadakan rapat senat, rapat pimpinan dan rapat dengan organisasi internal mahasiswa. Memberikan respon terhadap suatu masalah, menginformasikan, dan memotivasi karyawan lembaga. Pemberian motivasi kepada karyawan di UPN Veteran Surabaya adalah dengan memberikan jabatan baru kepada karyawan. Adapun beritanya sebagai berikut:

Sertijab Eselon II UPN “Veteran” Jatim

Serah Terima Jabatan di lingkungan UPN “Veteran” Jatim kembali dilangsungkan untuk jajaran eselon II dan III, Selasa/ 5 April 2011. Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku inspektur upacara. Dalam amanatnya menyatakan bahwa pergantian pejabat dilingkungan organisasi merupakan hal yang alami sebagai bentuk dinamisasi organisasi, Rektor mengharapkan pejabat baru agar dapat melaksanakan amanah dan menjagaga stabilitas serta keharmonisan kerja, lebih lanjut Rektor juga mengharapkan adanya peningkatan prestasi dari pejabat yang sebelumnya serta peningkatan pelayanan internal guna mempertahankan prestasi yang diraih sebagai Perguruan Tinggi Unggulan serta pengimplementasi penjaminan mutu internal.

Membantu lembaga beradaptasi dengan harapan publik dan menjelaskan aktifitas lembaga mereka. Pihak UPN “Veteran” Jatim telah melakukan lokakarya yang menjelaskan tentang prosedur mata kuliah bela negara. Informasi selengkapnya dapat dilihat di bawah ini :

Lokakarya Rencana Pembelajaran Semester Mata Kuliah Bela Negara

Guna merencanakan untuk memasukkan mata kuliah Bela Negara dalam kurikulum UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai salah satu mata kuliah pengembangan kepribadian, Sabtu/ 16 April 2011 bertempat di ruang seminar Pascasarjana diselenggarakan Lokakarya Rencana Pembelajaran Semester (RPS) mata kuliah Bela Negara, Lokakarya yang diikuti 26 peserta yang merupakan perwakilan dosen-dosen pengampu mata kuliah Pengembangan Kepribadian UPN “Veteran” Jawa Timur tersebut diselenggarakan oleh Pusat Pengembangan Pendidikan dan Aktifitas Instruksional (P3AI). Ketua P3AI, Dr. Ir. Zainal Abidin, MS dalam laporannya menyampaikan kegiatan ini merupakan kegiatan brain stroming dan sebagai langkah awal untuk menyamakan persepsi tentang perlunya memasukkan mata kuliah Bela Negara dalam kurikulum UPN “Veteran” Jawa Timur, kampus yang bercirikan nilai-nilai kejuangan di bawah Kementrian Pertahanan RI.

Menampilkan pesan terencana melalui media tertentu untuk menghasilkan ketertarikan yang lebih jauh lagi. Salah satu *Publicity* yang dilakukan oleh UPN “Veteran” Jawa Timur adalah memuat beritadi harian koran surya dengan judul berita UPN Kampus Bela Negara Pertama yang di terbitkan pada hari/ tanggal 10 Juli 2011. Pencarian isu berita yang unik, *up date*, dan penting sangat mendorong berita tersebut di *publish* di media cetak tanpa ada komisi sepeser pun. Mengidentifikasi dan mengetahui isu yang berkembang pada publik yang berakibat pada lembaga. Adapun isu yang dihadapi oleh UPN “Veteran” Jawa Timur pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2010. Issue tersebut tentang kasus P2SEM. Adapun isi berita dapat dilihat dibawah ini :

SURABAYA – SURYA-

Pengakuan mengejutkan terjadi dalam sidang lanjutan dugaan korupsi [dana](#) P2SEM [yang](#) dilakukan mantan anggota DPRD Jatim 2004-2009, Lambertus Louis Wajong. Saksi Djohan Wahyudi nyokot Rektor UPN, Selasa (8/6).

Dosen Pasca Sarjana UPN Veteran Jatim ini mengaku telah memotong dana P2SEM untuk dinikmati sendiri.

Dalam persidangan [dengan](#) Ketua Majelis Hakim M Soleh dan Jaksa Penuntut Umum Edy Winarko, mendengarkan keterangan empat orang saksi [yang](#) disinyalir turut andil dalam pencairan dana P2SEM.

Selain Djohan Wahyudi, dihadirkan saksi lain, yaitu Samiatun sebagai administrasi UPN Veteran Jatim, Drs Hadi Isman, dosen FE UPN Veteran Jatim, serta Gigih Budoyo, staf DPRD Jatim [dari](#) Fraksi Partai Golkar.

Dalam sidang itu Djohan menye-butkan, pihaknya memotong dana [yang](#) diterima, Rp 180 juta. “[Dari](#) yang cair Rp 180 juta, saya potong Rp 20 juta. Lalu saya bagi dua [dengan](#) Rektor UPN Veteran Jatim,” jelasnya kepada majelis hakim di PN Surabaya.

Pengakuan ini mengejutkan majelis hakim dan JPU, karena itu, M Soleh langsung mencecar Djohan [dengan](#) ber-bagai pertanyaan. Diantaranya, mengapa terjadi pemotongan Rp 20 juta dan bagaimana kronologisnya. “Bukankah ini bentuk [dari](#) penyimpangan administratif?” tanya Soleh.

Djohan dengan entengnya menja-wab, pemotongan itu memang bentuk dari penyimpangan administratif. Namun, realisasi program dana P2SEM tetap berjalan dan tak ada kekurangan apa pun dalam pengerjaannya.

Diungkapkan, dana P2SEM sebesar Rp 180 jutaitu diberikan UPN Veteran Jatim guna merealisasikan pelatihan kewirausahaan dan teknologi tepat guna di Desa Sumpoko, Kecamatan Wage Kabupaten Malang. Sedangkan pencairannya

harus melalui rekomendasi anggota DPRD Jatim. Karena memang Lambertus yang merekom, maka uang senilai Rp 160 juta dari total Rp 180 juta itu disetorkannya kepada Lambertus melalui perantara staf DPRD Jatim, Gigih Budoyo. “Kalau yang Rp 160 juta itu saya tidak tahu nasibnya, karena bukan menjadi hak saya”, jelasnya.

Ditemui usai sidang, penasehat hukum Lambertus Wajong, Pieter Hadjon mengungkapkan, apa yang diungkapkan Djohan itu bisa mengantarkannya ke status tersangka. “Bahkan bukan tersangka lagi, bisa mengarah ke terdakwa, karena dia juga turut menikmati hasil pemotongan dana P2SEM tersebut,” tukasnya.

Lambertus terseret sebagai tersangka menyusul temuan aliran dana P2SEM untuk UPN Veteran Surabaya. Lambertus memberi rekom proposal kampus dibawah naungan Hankam itu, namun dengan minta imbalan setoran. Dari penelusuran tim kejaksaan, Lambertus mengutus seseorang menemui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UPN Veteran dengan membawa proposal kosong atas nama LPPM UPN.

Setelah berita itu di kroscek oleh pihak universitas, maka hasilnya adalah berita tersebut ada *miss communication* dan ternyata pesan yang disampaikan berita

tersebut kurang tepat karena tidak didukung oleh data-data yang kuat. Berhubungan dengan individu-individu dan kelompok-kelompok dalam berbagai kelompok budaya. Seluruh mahasiswa UPN berasal dari berbagai suku bangsa dan adat istiadat yang bersama-sama memajukan UPN dalam organisasi internal maupun eksternal yang berbeda-beda. Seperti halnya yang dilakukan oleh organisasi resimen mahasiswa yang mengikuti diklat di Malang dengan peserta yang berlatar belakang budaya yang beraneka ragam. Isi beritanya dapat dilihat di bawah ini :

27 Anggota Menwa UPN “Veteran” Jawa Timur selesaikan Diksar Belanegara dan SUSKALAK 2011

Sebanyak 27 orang anggota Resimen Mahasiswa (Menwa) Yon 806 UPN “Veteran” Jatim, Minggu 27 Februari 2011 diterima oleh Rektor dalam Upacara Penerimaan yang diselenggarakan di Lapangan Giri Bina Rektorat, Upacara tersebut sebagai penerimaan anggota Menwa yang baru saja mengikuti pendidikan Dasar Militer dan Belanegara serta Kursus Kader Pelasana (Suslak) 2011 yang diselenggarakan di Rindam Brawijaya Malang. Dalam kegiatan tersebut 17 orang anggota baru mengikuti Diksar Militer, sedangkan 10 orang mengikuti Suslak staf Menwa UPNV Jatim periode 2010/2011. Kegiatan yang berlangsung sekitar 3 minggu tersebut diikuti sekitar 389 peserta Sat. Menwa se-Jatim dan sebagian

Indonesia Timur di dua tempat dilingkungan Rindam V/Brawijaya yaitu Depo Pendidikan Belanegara dan Depo Pendidikan Kejuruan (DODIKJUR).

Citra yang di Dapat oleh UPNV Jatim ada lima diantaranya adalah citra bayangan mendapatkan persepsi dari internal kampus bahwa UPN “Veteran” Jawa Timur merupakan kampus nomor satu dan terkenal di Jawa Timur. Prestasi-prestasi yang telah diraih dari tahun ke tahun merupakan parameter untuk memperkuat persepsi yang timbul dari internal kampus.

Citra yang Berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur terkenal dengan banyaknya event yang telah diselenggarakan, baik di dalam kampus maupun di luar kampus. Tidak dapat dihindarkan lagi, suatu kampus pasti ada sisi negatifnya, terutama dari banyaknya event yang dilaksanakan sehingga efek negatifnya pergaulan menjadi bebas dan hal ini memicu munculnya ayam kampus. Dari beberapa responden hasil wawancara, adanya ayam kampus di UPN yang ada di beberapa jurusan sehingga berdampak negatif pada jurusan tertentu itu. Masih ada lagi kekurangan yang terjadi di UPN adalah mengenai lahan parkir yang kurang representatif. Artinya bahwa lahan parkir yang sering berpindah-pindah, administrasi yang berbelit, dan masih belum in door. Sehingga motor yang terlalu sering di parkir lama kelamaan akan rusak akibat kena sinar matahari ataupun hujan.

Citra Harapan yang diinginkan oleh

seluruh civitas akademika UPN “Veteran” Jawa Timur menjadi Perguruan Tinggi Negeri. Sewaktu sudah menjadi perguruan tinggi negeri, maka UPN “Veteran” Jawa Timur mengalami perkembangan yang sangat pesat, mulai dari perkembangan di bidang akademik, bangunan, pelayanan maupun fasilitas.

Citra Perusahaan Perguruan tinggi swasta dengan biaya yang relatif murah di dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya yang ada di Surabaya, misal : Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Surabaya dan UK petra. Citra Majemuk, meskipun dari berbagai keilmuan, baik ilmu eksak ataupun sosial dengan beragam prestasi yang telah diraih oleh masing-masing jurusan di tingkat lokal, regional, nasional maupun internasional. Beragam penelitian dan pengabdian masyarakat dari disiplin ilmu yang berbeda membuat UPN semakin berkembang dengan jurusan yang multidisiplin. Semua prestasi tersebut dicapai oleh masing-masing jurusan, tetapi tetap satu ahwa UPN berada di bawah Kementerian Pertahanan Nasional.

II. PENUTUP

Untuk meningkatkan citra di Perguruan Tinggi Swasta terutama di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mempunyai strategi tersendiri, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Suatu rencana strategis UPNV Jatim menetapkan garis-garis besar tindakan strategis yang akan diambil dalam

kurun waktu tertentu ke depan sesuai dengan visi, misi, dan tujuan dari perguruan tinggi tersebut.

2. Strategi Public Relations yang digunakan oleh UPNV Jatim menggunakan dua strategi, yaitu Strategi Marketing dan *Public Relations*. Masing-masing diantara dua strategi tersebut mempunyai dua bidang, yaitu internal dan eksternal.
3. Untuk memberikan kontribusi kepada rencana jangka panjang UPNV Jatim, maka Departemen *Public Relations* melakukan langkah-langkah antara lain:
 - a. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar Universitas.
 - b. Menelusuri dokumen resmi Universitas dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis.
 - c. Melakukan analisis SWOT (*strength/kekuatan, weakness/kelemahan, Opportunities/Peluang, dan threats/ancaman*).

Sesuai dengan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, maka adapun saran peneliti untuk departemen humas ke depan :

- 1) Public relations Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur perlu meningkatkan strategi marketing yang merupakan upaya

- persuasi dengan acara-acara menarik, unique dan heboh yang langsung berhadapan dengan masyarakat luar untuk memberikan informasi tentang UPN.
- 2) Adanya peningkatan layanan kepada mahasiswa dan tamu universitas dengan menyediakan lahan parkir yang lebih memadai.
 - 3) Kebersihan di tempat-tempat umum harus tetapterjaga, sehingga mahasiswa dan dosen merasakan kenyamanan sewaktu proses belajar-mengajar.
 - 4) Adanya rutinitas untuk melakukan acara atau kegiatan kerohanian, sehingga akhlak dari mahasiswa UPN menjadi lebih baik
 - 5) Peningkatan rapat dengan mahasiswa yang semula 6 bulan sekali dalam setahun menjadi 4 bulan sekali dalam setahun. Hal ini dikarenakan untuk menghindari anggapan, persepsi, ataupun rasa curiga dari mahasiswa tentang kepentingan-kepentingan pimpinan, baik yang berupa kebijaksanaan maupun materi, begitu juga sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal Ilmiah :

- A. Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi antar manusia (edisi kelima)*. Jakarta : Profesional Books.
- Agung, Silih Wasesa dan Macnamara, Jim. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Allen, Scott. 2002. *Effective Public Relation*. Jakarta : Kencana.
- Black, Sam, dkk. 1988. *Ilmu Hubungan Masyarakat Praktis*. Jakarta : Internus.
- Brannen, Julia. 2005. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Broom, G M & Dozier, D M. 1990. *Using Research in Public Relations*. Prentice Hall.
- Bryman, A. 1988. *The Open College of South London, (RS 1137/87)*. London : ILEA
- Cutlip, ScottM. 2005. *Effetive Public Relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Jakarta : Indeks Gramedia.
- Dan Lattimore, et.all. *Public Relations Profesi dan Praktik*., Hal 53-55
- Denzin, NK. 1978. *The Research Act : A Theoretical Introduction in Sociological Methods*. New York : McGraw Hills.

- Djuarsa, Sasa. 1994. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Evra, Judith van. 1990. *Television and Child Development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Imu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York : Cognizant. Communications Corporation.
- Glueck, William F., & Jauch, Lawrence, R. 1989. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan (edisi 2)*. Jakarta : Erlangga.
- Habermas, Jurgen. Maret 2007. *Teori Tindakan Komunikatif II: Kritik atas Rasio Fungsionaris*. Terjemahan oleh Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Jefkins, Frank, 1996. *Periklanan III*. Jakarta : Erlangga.
- Jefkins, Frank. 2003, *Public Relations*, Penerbit Jakarta : Erlangga.
- Kapferer, J-N, 1992, “*Strategic Brand Managemen*” : *New Approaches to Measuring and Managing Brand Equity*”. London : Kogan Page.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Publicrelations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, Gorys. 2004. *Komposisi*. NTT : Nusa Indah Flores.
- Koentjoroningrat. 1983. *Kebudayaan, Mentalis, dan Pembangunan*. Jakarta : Gramedia.
- Kotler. P. 1997. *Manajemen Pemasaran. : Analisa, Perencanaan, Implikasi dan Kontrol, Jilid I*. Jakarta : PT Prenhallindo.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory: An Introduction (2nd edn)*. London : Sage.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Browmn, J. 1972. *The Television Audience: A Revised Perspective*. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Penguin. England : Middlesex.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nova, firsan. 2009. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta : Grasindo.
- Oliver, Sandra. 2001. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga.

Strategi Public Relations dalam Meningkatkan.... (Teguh Hidayatul Rachmad)

Patton, MQ. 1990. *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills : Sage.

Rachmadi, F. 1996. *Public Relations dalam Teori dan Praktek Aplikasi dalam Badan Usaha Swastaa dan Lembag Pemerintah*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Seitel, Fraser P, 1992. *The Practise Of Public Relations, 5th Edition*. New York : Mac Millan Publishing Company.

Simanjuntak, John P. 2003. *Public Relations*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Soleh Soemirat & Elvinardo Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta : PT Buku Kita.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Rosdakarya.

Travis, Daryl. 2000. *Emotional Branding : How Successful Brands Gain the Irrational Edge*. United State of America : Prima Publishing.

Uchjana, Onong. 2005, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya.

Wilcox, Dennis L dan Cameron, Glen T. 2009. *Public Relations Strategis and Tactics, 9th Edition*. Boston : Allyn and Bacon.

Widodo Muktiyo. 2002. "PR Perguruan Tinggi" – *Berita Kagama*, No. 14 XXVI / April

Znaniecki, F. 1934. *The Method of Sociology*. New York : Farrar and Rinehart

II. Majalah dan Koran :

Redaksi. November-Desember 2004. *Majalah Basis Edisi 75 Tahun Jurgen Habermas*. Penerbit Yogyakarta : Kanisius.

Majalah Tempo tahun 2010

Koran [SURYA](#) edisi 8 Juni 2010

Pedoman Penulisan

1. Artikel merupakan kajian teoritis, konsep dasar, hasil penelitian dan atau pembahasan mengenai fenomena komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia sepanjang 10-20 halaman kuarto, spasi 2, huruf Times New Roman.
3. Format penulisan artikel:
 - Judul.
 - Nama Penulis (tanpa gelar).
 - Nama lembaga dan alamat tempat bekerja.
 - Abstrak dalam bahasa Inggris (tidak lebih dari 200 kata) dilengkapi dengan kata kunci (dicetak miring)
 - I. Pendahuluan (latar belakang, perumusan masalah, metode, dan landasan teori).
Masing-masing tidak dinyatakan lewat sub-sub judul.
 - II. Pembahasan (sub judul sesuai dengan topik bahasan)
 - III. Penutup (simpulan dan saran)
 - Daftar Pustaka (berisi pustaka yang dirujuk dalam uraian saja)
 - Lampiran
4. Daftar Pustaka ditulis secara konsisten dengan susunan sebagai berikut:
Pengarang. Tahun terbit. Judul. Kota Terbit: Penerbit.
Cntoh:
Griffin, Michael. 2002. A Fisrt Look at Communication Theories. London: Sage Pub.
5. Artikel dapat dikirim dalam bentuk *soft copy* (CD) dalam format *doc.* atau *rtf.*
6. Artikel yang diterima redaksi dan tidak layak muat tidak dikembalikan.
7. Artikel dikirim ke alamat redaksi:
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo. P.O. BOX 2 Raya Telang-Kemal, Bangkalan 69162 atau dikirim via email ke: jurnalikomutm@gmail.com

Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

