

# Peran Humas Dalam Mempromosikan Potensi Mahasiswa Sebagai Peningkat Citra Universitas Sam Ratulangi

Oleh :

Dwi Yana Sabastika

Max R. Rembang

Edmon R. Kalesaran

*Email* : [dwiyana.kaban02@gmail.com](mailto:dwiyana.kaban02@gmail.com)

## ABSTRAK

Di masa digital saat ini, setiap orang berlomba-lomba meningkatkan citranya. Tak terkecuali instansi pemerintahan dan institusi pendidikan, salah satunya adalah universitas. Berbagai cara dilakukan untuk menyoroti dan menyebarluaskan prestasi maupun potensi yang dimiliki, baik di bidang struktur, manajemen, hingga hasil kerja. Distribusi berita dilakukan melalui beragam jenis media, mulai dari media konservatif seperti koran dan iklan, hingga media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Setiap kebijakan, proses, dan prestasi yang diperoleh universitas lantas disampaikan pada publik melalui divisi Humas (Hubungan Masyarakat). Lebih dari itu, humas memiliki peranan yang esensial, karena setiap tindakan humas dapat mempengaruhi baik dan buruk citra universitas tersebut. Peneliti tertarik untuk mengetahui peran humas dalam kegiatan promosi sebagai peningkat citra Universitas Sam Ratulangi, serta mengetahui upaya dan aspek yang menghambat kegiatan promosi tersebut. Setelah melakukan penelitian dengan wawancara, observasi dan dokumentasi kepada 10 informan, peneliti menemukan bahwa humas kurang berperan dengan maksimal. Hal tersebut dibuktikan melalui respon 9 informan yang mengatakan tidak melihat kegiatan promosi yang dilakukan oleh humas. Humas dianggap kurang maksimal karena kegiatan promosi yang dilakukan tidak secara berkelanjutan. Setelah ditinjau, peneliti menemukan bahwa hambatan yang dialami humas adalah tidak menerima dokumentasi kegiatan mahasiswa sebagai bahan promosi.

**Kata kunci** : Peran Humas, Promosi, Peningkat Citra

## **ABSTRACT**

*In today's digital era, everyone is competing to improve their image. No exception government agencies and educational institutions, one of which is a university. Various methods are used to highlight and disseminate the achievement and potentials that are owned, both in the fields of structure, management, and work results. News distribution is carried out through various types of media, from conservative media such as newspaper and advertisements to social media such as Facebook, Instagram, and Twitter. Every policy process and achievements obtained by the university are then conveyed to the public through the Public Relations division. More than that, public relations has an essential role, because every public relations action can affect the good and bad image of the university. Researchers are interested in knowing the role of public relations in promotional activities as an image enhancer of Sam Ratulangi University, as well as knowing the efforts and aspects that hinder these promotional activities. After conducting research through interviews, observation, and documentation to 10 informants, the researcher found that public relations did not play a maximum role. This is evidenced by the responses of 9 informants who said they did not see any promotional activities carried out by public relations. Public relations is considered less than optimal because the promotional activities carried out are not sustainable. After being reviewed, the researcher found that the obstacle experienced by public relations was not accepting documentations of student activities as promotional material.*

**Keyword : The Role of Public Relations, Promotion, Image Enhancement**

## 1. PENDAHULUAN

### a. Latar Belakang

Di masa digital saat ini, setiap orang berlomba-lomba meningkatkan citranya. Tak terkecuali instansi pemerintahan dan institusi pendidikan, salah satunya adalah universitas. Berbagai cara dilakukan untuk menyoroti dan menyebarluaskan prestasi maupun potensi yang dimiliki, baik di bidang struktur, manajemen, hingga hasil kerja. Distribusi berita dilakukan melalui beragam jenis media, mulai dari media konservatif seperti koran dan iklan, hingga media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Umumnya, citra kuat dan positif yang dimiliki universitas bisa membentuk persepsi publik. Semakin baik citra yang ditampilkan, maka semakin besar pula minat dan atensi masyarakat terhadap universitas tersebut. Oleh karena itu, universitas selalu mengusahakan yang terbaik dalam pekerjaannya. Mulai dari menyusun visi, misi, hingga tujuan dalam mengembangkan instansinya, agar dapat menampilkan hasil yang baik. Setiap kebijakan, proses, dan prestasi yang diperoleh universitas lantas disampaikan pada publik melalui divisi Humas (Hubungan Masyarakat).

Dalam hal ini, humas berperan sebagai komunikator, pembina hubungan, pendukung fungsi manajemen dan sebagai peningkat citra perguruan tinggi tersebut di mata publik (Rosady Ruslan 2005 : 10). Humas bukan hanya sekadar penyambung lidah atau penyampai informasi. Lebih dari itu, humas memiliki peranan yang esensial, karena setiap tindakan humas dapat mempengaruhi baik dan buruk citra universitas tersebut. Kemampuan humas sebagai saluran komunikasi bukan hanya menjadikannya sebagai representasi universitas di tengah khalayak. Tetapi juga, menjadi sarana promosi bagi universitas untuk meningkatkan minat atau keinginan masyarakat, terutama pelajar, untuk menimba ilmu di kampus tersebut.

Humas juga bertugas memberitakan prestasi yang telah dicapai oleh mahasiswa di kampus tersebut ketika mengikuti lomba atau olimpiade, baik di tingkat daerah, nasional, atau internasional. Selain bidang akademik, humas juga bertugas untuk menyampaikan prestasi non-akademik mahasiswanya, seperti partisipasi dan prestasi mahasiswa dalam bidang paduan suara atau kesenian lainnya.

Pemberitaan positif mengenai kemampuan mahasiswa dan prestasi universitas menjadi tanda bahwa kampus membuka wadah bagi mahasiswa dalam berbagai bidang. Hal ini juga mengindikasikan bahwa universitas mengapresiasi kemampuan setiap mahasiswa. Sehingga mahasiswa merasa terpacu untuk mengembangkan setiap potensinya.

Universitas Sam Ratulangi (Unsrat) adalah salah satu perguruan tinggi negeri Indonesia yang berlokasi di Kota Manado, Sulawesi Utara. Mengusung visi menjadi universitas yang unggul dan berbudaya, Unsrat berusaha mewujudkan kondisi *excellent* dalam proses penyelenggaraan pendidikan tinggi di kampusnya. Menurut Data Pelaporan Ristekdikti Tahun 2019/2020, Universitas Sam Ratulangi memiliki 11 Fakultas, 74 Jurusan di tingkat Diploma III (D-III), Strata 1 (S1), Pascasarjana Magister (S2) dan Doktoral (S3). Secara keseluruhan, jumlah mahasiswa Universitas Sam Ratulangi mencapai 25.968 orang.

Seiring dengan banyaknya jumlah mahasiswa, maka makin banyak pula potensi yang dimiliki oleh kampus, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Biro Kemahasiswaan Universitas Sam Ratulangi mencatat pada tahun 2019, ada

13 prestasi yang dituai mahasiswa di bidang akademik dan non-akademik. Kegiatan mahasiswa tersebut dilaksanakan di tingkat wilayah, nasional dan internasional.

Melihat data prestasi mahasiswa tersebut tentunya dapat dijadikan bahan dalam promosi yang mampu meningkatkan citra Universitas Sam Ratulangi di mata publik. Di situasi inilah seorang humas yang memiliki peran sebagai komunikator, pembina hubungan, pendukung manajemen dan pembentuk citra dituntut untuk melakukan tugasnya dengan maksimal, sehingga informasi mengenai potensi mahasiswa tersebut dapat diterima oleh publik dan mampu menambah minat dan ketertarikan publik terhadap Unsrat.

#### **b. Rumusan Masalah**

Melalui latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui peran humas dalam kegiatan promosi sebagai peningkat citra Universitas Sam Ratulangi, serta mengetahui aspek dan upaya yang menghambat kegiatan promosi tersebut.

#### **c. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa sebagai peningkat citra Universitas Sam Ratulangi. Serta untuk mengetahui aspek yang menghambat dan upaya yang dilakukan humas dalam menanggulangi hambatan tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Peneliti menggunakan teori Bauran Promosi sebagai dasar berpikir dan meneliti. Bauran promosi adalah campuran spesifik dan alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasive mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Ada empat jenis kegiatan promosi yang digunakan oleh peneliti untuk melihat kegiatan promosi yang dilakukan humas. Jenis tersebut yaitu, periklanan (*Advertising*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan Hubungan Masyarakat (*Public Relation*).

Teori ini digunakan untuk melihat kegiatan promosi seperti apa yang sudah dilakukan oleh humas tersebut dalam meningkatkan citra Universitas Sam Ratulangi dan menemukan aspek yang menghambatnya. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan. Purposive sampling adalah teknik penentuan informan yang dianggap akan memberikan informasi selengkapnya. Hal tersebut dikarenakan informan yang dipilih adalah yang benar terlibat dalam kegiatan atau objek yang diteliti.

Informan penelitian ini meliputi 2 (dua) unsur, yaitu bidang kehumasan dan mahasiswa. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas Sam Ratulangi.
- 2) Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (pernah mengikuti lomba di tingkat wilayah, nasional maupun internasional).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dirangkum sesuai dengan garis besar topik

penelitian. Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan bertemu tatap muka kepada Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas di gedung Rektoran Universitas Sam Ratulangi. Akibat pandemi Covid-19, peneliti tidak dapat bertemu langsung dengan mahasiswa informan, solusi yang diambil adalah menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai media dalam wawancara. Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mencari informasi mengenai potensi mahasiswa Universitas Sam Ratulangi melalui media online. Peneliti telah melihat sosial media yang digunakan kampus, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Portal Unsrat. Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan meminta data pelaporan prestasi mahasiswa kepada Biro Kemahasiswaan Universitas Sam Ratulangi. Selain itu, penulis menggunakan beberapa buku dan jurnal dalam penelitian ini sebagai dasar dan pengembangan ilmu.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti merangkum dalam hasil dan pembahasan sebagai berikut:

#### a) Kegiatan Humas yang Melibatkan Periklanan (*Advertising*)

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan terhadap **DP** Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas Sam Ratulangi, diketahui bahwa humas selama ini belum melakukan kegiatan periklanan, hanya melakukan publisitas di media masa dan online. Ungkapan **DP** tersebut, didukung oleh pernyataan seluruh mahasiswa yang di wawancara. Selama ini kegiatan promosi yang dilakukan oleh humas Universitas Sam Ratulangi hanya melalui media sosial saja tanpa mencari dan melibatkan sponsor untuk mengiklankan potensi mahasiswa tersebut.

#### b) Kegiatan Humas yang Melibatkan Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan terhadap **DP** Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas Sam Ratulangi, penjualan perseorangan sudah dilakukan oleh pihak humas. Penjualan perseorangan ini dilakukan oleh humas dengan cara menawarkan mahasiswa yang dianggap berpotensi untuk bekerja pada instansi/lembaga terkait. Hal ini dilakukan dengan menyeleksi mahasiswa tersebut sebelum ditawarkan kepada instansi/lembaga yang membutuhkan. Cara tersebut dilakukan oleh humas, untuk menambah jumlah mahasiswa yang diterima bekerja di suatu instansi/lembaga, serta membuka pintu peluang untuk mahasiswa berikutnya yang ingin bekerja di instansi tersebut.

#### c) Kegiatan Humas yang Melibatkan Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan terhadap **DP** Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas Sam Ratulangi, beliau menjelaskan bahwa humas melakukan kegiatan promosi. Namun pernyataan tersebut tidak sebanding dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh sejumlah narasumber mahasiswa yang lain. Peneliti menemukan 8 dari 9 mahasiswa mengatakan tidak pernah melihat kegiatan promosi yang dilakukan oleh humas menyangkut potensi mahasiswa. Informasi yang di promosikan humas melalui media sosial hanyalah kegiatan rector dan sangat sedikit sekali yang membahas tentang potensi mahasiswa. Sekalipun ada, informasi tersebut sudah tahun yang sangat lama bukan yang terbaru.

d) Kegiatan Humas dalam Membina Hubungan dengan masyarakat (*public Relation*)

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan terhadap **DP** Kepala Bagian Umum, Hukum, Tata Laksana Humas dan Barang Milik Negara Universitas Sam Ratulangi, beliau menjelaskan bahwa humas telah membangun hubungan dengan masyarakat. Hubungan yang dibangun tersebut dilakukan melalui kegiatan sosialisasi ke desa-desa.

Dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan, humas melibatkan mahasiswa sebagai sarana dalam mempromosikan Universitas Sam Ratulangi. Humas bermaksud, dengan melibatkan mahasiswa dalam kegiatan tersebut, masyarakat dapat melihat potensi mahasiswa yang ada. Pernyataan humas tersebut ternyata tidak sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh mahasiswa. Peneliti menemukan 7 dari 9 mahasiswa mengatakan tidak melihat humas berperan dalam membangun hubungan kepada masyarakat/publik terutama publik internal. Namun 2 dari 9 mahasiswa mengatakan bahwa humas sudah membangun hubungan dengan baik pada publik.

e) Hambatan Yang Terjadi Dan Upaya Yang Dilakukan Dalam Mempromosikan Potensi Mahasiswa Sebagai Peningkat Citra Universitas Sam Ratulangi.

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama Kepala Humas Unsrat, beliau mengatakan tidak merasa adanya hambatan yang menghambat proses kerja Humas di Universitas Sam Ratulangi. Memang ada hambatan namun tidak benar-benar mengganggu efektivitas kerja humas.

Menurut **DP** letak hambatan yang sering dirasakan humas adalah ketika ada kegiatan sosialisasi ke daerah-daerah pelosok. Kendala yang sering dihadapi Humas tersebut merupakan transportasi serta jaringan atau koneksi yang menyulitkan untuk berkomunikasi. Selain itu menurut **DP** masih banyak pula mahasiswa yang tidak tahu wadah untuk menyampaikan hasil prestasi yang telah mereka raih. Alhasil humas tidak tahu kegiatan apa yang telah dilakukan mahasiswa tersebut. Sekalipun humas mengetahui tentang kegiatan tersebut, humas tidak bisa mempromosikannya karena tidak menerima dokumentasi kegiatan.

Ungkapan tersebut didukung oleh data yang ditemukan oleh peneliti, bahwa 8 dari 9 mahasiswa mengatakan dokumentasi kegiatan tersebut sudah disampaikan kepada pihak fakultas bukan kepada pihak humas. Hal inilah yang membuat humas tidak menerima dokumentasi kegiatan, yaitu karena mahasiswa juga tidak tahu harus menyampaikan dokumentasi tersebut pada pihak humas.

#### 4. KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

- a) Peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa sebagai peningkat citra Universitas Sam Ratulangi melalui periklanan (*advertising*) tidak berjalan.
- b) Peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa melalui penjualan perseorangan (*personal selling*), sudah berjalan dengan baik. Humas memperkenalkan dan menawarkan mahasiswa yang dianggap berpotensi kepada instansi/lembaga yang membutuhkan.

- c) Peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa melalui promosi penjualan (*sales promotion*), tidak berjalan dengan baik. Hal tersebut dibuktikan melalui tanggapan 8 dari 9 mahasiswa yang tidak pernah melihat kegiatan promosi yang dilakukan oleh humas Universitas Sam Ratulangi.
- d) Peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa lewat hubungan dengan masyarakat (*Public Relation*), kurang berjalan dengan baik. Hal tersebut di dukung oleh pernyataan 7 dari 9 mahasiswa yang mengatakan bahwa tidak melihat adanya humas membangun hubungan dengan masyarakat atau publik terutama publik internal.
- e) Hambatan yang dihadapi oleh humas adalah tidak menerima dokumentasi kegiatan mahasiswa sehingga tidak memiliki bahan untuk dijadikan promosi. Selain itu, ketidaktahuan mahasiswa mengenai humas adalah wadah untuk mempromosikan potensi mahasiswa juga sebagai hambatan.

## 5. SARAN

Setelah dilaksanakannya penelitian tentang peran humas dalam mempromosikan potensi mahasiswa sebagai peningkat citra universitas sam ratulangi, peneliti mempunyai saran sebagai berikut :

- a) Hendaknya humas memanfaatkan setiap media yang ada dan menjalin kerja sama dengan sponsor-sponsor untuk mengiklankan potensi mahasiswa yang dimiliki Universitas Sam Ratulangi.
- b) Hendaknya humas meningkatkan kuantitas/jumlah mahasiswa yang di promosikan melalui *personal selling*.
- c) Hendaknya humas mencari tahu lebih banyak bahkan menghubungi pihak fakultas untuk menerima dokumentasi kegiatan mahasiswa yang dapat digunakan sebagai bahan promosi. Melalui hal tersebut, berita yang di promosikan selalu *up to date* atau terbaru.
- d) Hendaknya humas memaksimalkan pembinaan hubungan dengan publik, tidak hanya publik eksternal tetapi juga publik internal.
- e) Hendaknya humas segera menginformasikan kepada pihak fakultas untuk melaporkan kegiatan/prestasi maupun potensi mahasiswa yang ada. Serta menginformasikan kepada mahasiswa untuk melaporkan kegiatan/prestasi/potensi yang di miliki mahasiswa kepada pihak humas.

## 6. KUTIPAN/DAFTAR PUSTAKA

- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fiske, John, 2016 . *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Gassing, Syarifuddin & Suryanto, 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI.
- Kriyanto, R. 2014. *Teori public relations perspektif barat dan lokal: aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moelong, L. J. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Z. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Nesia, Andin, 2014. *Dasar-Dasar Humas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ngalimun, 2016. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Pamungkas, Pakhi. 1997. *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta: Ensiklopedia Indonesia
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rudy, T. May. 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama

- Ruslan, R. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Press
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Wibowo, Hery. 2007. *Fortune Favor the Ready*. Bandung : OASE Mata Air Makna