

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi dalam sebuah organisasi menjadi kegiatan sangat krusial yang dilakukan di lingkungan internal maupun eksternal organisasi. Komunikasi internal dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan yang baik dan kerjasama untuk mewujudkan visi misi organisasi. Sedangkan komunikasi eksternal memiliki tujuan untuk menjalin kerjasama yang menguntungkan dan hubungan yang baik dengan pihak-pihak eksternal di antaranya masyarakat, media, pemerintah, konsumen, dan lembaga atau perusahaan lainnya.

Aktivitas komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi langsung (*direct communication*) merupakan aktivitas komunikasi yang terjadi secara tatap muka, aktivitas komunikasi langsung dapat terjadi dalam agenda rapat perusahaan, sosialisasi, dan aktivitas lain yang berhubungan dengan masyarakat secara tatap muka. Sedangkan komunikasi tidak langsung merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan melalui perantara media cetak, elektronik, maupun media online.

Pemanfaatan berbagai jenis media digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi kepada publiknya. Aktivitas penyebaran informasi tersebut dilaksanakan oleh humas di perusahaan untuk mencapai tujuan spesifik organisasi. Dalam melaksanakan publikasi, praktisi humas perlu menjaga konsistensi agar publik tertarik dengan instansi melalui

konten yang diunggah. Selain itu, humas berperan penting dalam menjalin relasi dengan media atau pers. Relasi ini menjadi pendukung yang digunakan sebagai sarana publikasi sebagai bentuk kerjasama antara instansi dengan pihak media atau pers yang berfungsi untuk melancarkan kegiatan komunikasi perusahaan dengan publiknya. Melalui hubungan yang baik antara humas dengan pihak pers atau media dapat menciptakan kerjasama dan sikap saling pengertian diantara keduanya.

*Media Relations* merupakan hubungan yang terjalin antara tim media dengan tim humas suatu organisasi atau perusahaan. Hubungan yang terjalin dilakukan secara dua arah dan saling menguntungkan. Organisasi atau perusahaan mendapatkan publikasi atas informasi perusahaan kepada publik dan media mendapatkan informasi dari organisasi / perusahaan sebagai bahan beritanya.

Hubungan kerjasama antara media dengan perusahaan yang dilaksanakan oleh humas akan membentuk reputasi. Reputasi merupakan persepsi atau kesan yang diberikan kepada khalayak terhadap perusahaan. Reputasi ini terbagi menjadi dua, yakni positif dan negatif. Instansi yang memiliki *corporate reputation* baik dianggap lacer dalam manajemen perusahaan begitupun sebaliknya, instansi yang memiliki *corporate reputation* buruk akan menghambat kinerja yang berdampak pada ketidakpercayaan public terhadap instansi.

Reputasi dalam sebuah organisasi / perusahaan dilakukan oleh berbagai *stakeholder* terkait. Reputasi yang baik diwujudkan oleh perusahaan melalui produk – produk yang ditawarkan, layanan yang

diberikan, serta keterikatan emosi antara publik dengan orang – orang yang berada di instansi. Dalam membentuk reputasi diperlukan kerjasama antara tim humas perusahaan dengan media agar informasi yang diberikan tersampaikan kepada khalayak.

Aktivitas *public relations* dilaksanakan di berbagai instansi, baik instansi swasta maupun instansi pemerintah juga perguruan tinggi swasta maupun negeri. Beberapa hasil penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa aktivitas *public relations* secara aktif dilakukan oleh instansi perguruan tinggi, di antaranya di Universitas Negeri Surakarta dan Universitas Muhammadiyah Surakarta, (Triyono, 2013) Universitas Ahmad Dahlan, (Farihanto, 2014) Universitas Padjadjaran, (Saraswati, Romli, & Nugraha, 2016) dan masih banyak lagi. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa *public relations* memiliki peran dan fungsi yang strategis khususnya di instansi perguruan tinggi.

Universitas Muhammadiyah Ponorogo (UMPO) merupakan satu-satunya perguruan tinggi Muhammadiyah yang berada di wilayah Ponorogo. Sebagai perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, tentu tidak dapat terlepas dengan hubungan kerjasama dengan pihak eksternal. Penilaian dari publik kepada pihak UMPO adalah sebagai wujud dari timbal balik masyarakat atas informasi yang diberikan oleh humas UMPO kepada publik. Bagian humas dan kerjasama bertugas untuk memberikan pelayanan kehumasan serta kerjasama eksternal. Bagian Humas dan Kerjasama di UMPO merupakan salah satu satuan kerja yang bertanggungjawab penuh atas kerjasama, protokoler, dan penyelenggaraan

program kehumasan di perguruan tinggi. Kewenangan BHK ini antara lain: Pertama, kepala BHK mendelegasikan tugas dan kewenangannya kepada unit yang ada di bawahnya. Kedua, kepala bagian menerbitkan peraturan-peraturan teknis operasional sesuai tugas pokok yang telah diberikan. Ketiga, kepala bagian memiliki otoritas dalam proses penyelenggaraan program terkait tugas pokok dan kedudukannya. Keempat, unit yang berada di bawah kepala bagian memberikan pertanggungjawaban kepada kepala BHK.

Tim humas perguruan tinggi juga bertugas membangun citra instansi kepada publik, sehingga di antara keduanya diperlukan komunikasi yang baik agar terjalin hubungan yang baik pula, salah satunya dengan saling memahami dan melengkapi dalam suatu tim dalam menyelesaikan tugasnya. Tugas dari tim BHK Universitas Muhammadiyah Ponorogo bidang kehumasan telah dijabarkan melalui laman [umpo.ac.id](http://umpo.ac.id), yakni: Pertama, melakukan aktivitas publikasi eksternal melalui media massa dengan membuat *press release*, mengundang wartawan, menyiapkan *press conference*. Kedua, melaksanakan administrasi publikasi melalui media online (web, email, facebook, instagram, dan twitter). Ketiga, melaksanakan aktivitas publikasi internal melalui warta kampus dalam bentuk buletin bulanan. Keempat, melaksanakan aktivitas protokoler baik tingkat Universitas maupun satuan kerja lain yang terkait.

Untuk menjalankan fungsi dan perannya, humas UMPO melalui satuan kerja Bagian Humas dan Kerjasama (BHK) aktif dalam menjalankan program PR, salah satunya *media relations*. Tujuan *media*



*relations* adalah untuk memberikan informasi baik berupa pesan atau berita yang memiliki nilai layak disampaikan mengenai perusahaan. Media memberikan efek yang besar terhadap reputasi suatu organisasi atau perusahaan, jika informasi yang disampaikan kepada publik kurang baik maka akan mendapatkan tanggapan yang buruk dari masyarakat yang justru bisa membahayakan perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa Universitas Muhammadiyah Ponorogo telah menjalin kerjasama dengan beberapa media seperti portal berita Radar Ponorogo, Radio Gemasurya, dan Radar Madiun.

Terselenggaranya kerjasama antara Bagian Humas dan Kerjasama UMPO dengan berbagai media menunjukkan adanya aktivitas *media relations* untuk menyampaikan informasi seputar UMPO kepada publik. Hal ini dilakukan karena sebuah instansi perlu menjalin hubungan baik dengan media. Hubungan yang baik ini akan menghasilkan produk atau konten yang akan membawa reputasi perusahaan menjadi lebih baik atau meningkat. Frank Jefkin dalam teorinya mengatakan bahwa dalam menjalin relasi / hubungan baik dengan media dapat dilakukan dengan *by serving the media* (melayani media), *by establishing a reputations for reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya), *by supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik), *by cooperation in providing material* (bekerjasama dalam penyediaan materi), *by providing verification facilities* (menyediakan fasilitas verifikasi), *by building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kuat). (Ardianto, 2011)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian tentang analisis *media relations* Bagian Humas dan Kerjasama (BHK) Universitas Muhammadiyah Ponorogo penting dilakukan, peneliti akan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggali aktivitas *media relations* UMPO dan menganalisisnya sehingga akan dihasilkan temuan data yang mendalam berdasarkan fenomena alamiah.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis *media relations* Bagian Humas dan Kerjasama (BHK) Universitas Muhammadiyah Ponorogo dalam memperbaiki reputasi?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *media relations* Bagian Humas dan Kerjasama (BHK) Universitas Muhammadiyah Ponorogo dalam memperbaiki reputasi.

#### D. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada bidang *public relations* atau humas, yaitu tentang *media relations*.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan memberikan masukan bagi Humas Universitas Muhammadiyah Ponorogo terkait program *media relations*.

