

Peran Public Relations Telkom University dalam Mengelola Public Relations

The Role of Telkom University Public Relations in Managing Public Relations

R. Putri Rahmatia P¹, Martha Tri Lestari²

¹Digital Public Relations Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, tiaprmswr@student.telkomuniversity.ac.id

²Digital Public Relations Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, marthadjamil@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Bandung menjadi salah satu tujuan bagi mahasiswa yang ingin mengenyam ke jenjang pendidikan. Salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di kota Bandung yaitu Telkom University (Tel-U), yang merupakan PTS di Indonesia yang terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat Tel-U sudah terkenal dengan brandingnya yang merupakan PTS No 1 Di Indonesia. peneliti ingin mengetahui lebih jauh apa saja peran PR Telkom University dalam mengelola *media relations* Penelitian ini memiliki pandangan bahwa peran PR di pihak korporat sangat membutuhkan media dalam menjaga citra ataupun reputasi korporat. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk lebih memahami sebuah fenomena yang tidak dipahami secara luas, serta memahami hasil riset yang sesuai kebutuhan, serta mengevaluasi materi dan menemukan suatu perspektif baru. Dengan fenomena yang sedang dipelajari. Peneliti akan menggunakan metode kualitatif format deskripsi. Menurut Ardianto (2004:237), Metode deskripsi kualitatif adalah "metode yang dirancang untuk memberikan gambaran umum Mengenai proses keadaan dan fenomena yang terjadi". peneliti akan fokus pada penelitian proses, seperti melakukan Interaksi antar pihak pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan, implemntasi dan evaluasi yang dilakukan *media relations* Tel-U sudah baik, harus lebih ditingkatkan lagi frekuensi kegiatan *media relations* agar dapat terpublikasi lebih luas lagi.

Kata Kunci : *Media Relations, Public Relations* Peran PR, , Telkom University,

Abstract

Bandung is one of the destinations for students who want to pursue higher education. One of the private universities located in the city of Bandung, namely Telkom University (Tel-U), which is a private university in Indonesia located in Bandung Regency, West Java, Tel-U is already famous for its branding which is the No. 1 PTS in Indonesia. The researcher wants to know more about the role of Telkom University PR in managing media relations. This research has the view that the role of PR on the corporate side really needs the media in maintaining the image or corporate reputation. Researchers use qualitative methods to better understand a phenomenon that is not widely understood, and understand the research results as needed. and evaluate the material and find a new perspective. with the phenomenon being studied. Researchers will use a qualitative method of description format. According to Ardianto (2004:237), the qualitative description method is "a method designed to provide a general description of the state process and the phenomena that occur". researchers will focus on process research, such as conducting interactions between parties concerned with this research. The results of this study indicate that the planning, implementation and evaluation of Tel-U media relations is good, the frequency of media relations activities must be increased so that it can be published more widely.

Keyword: *Media Relations, Public Relations, Role of PR, Telkom University*

I. PENDAHULUAN

Bandung merupakan salah satu kota pendidikan yang memiliki banyak PT terbaik dan juga diminati oleh calon mahasiswa, sehingga Bandung menjadi salah satu tujuan bagi mahasiswa yang ingin mengenyam ke jenjang pendidikan. Bandung merupakan salah satu kota pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi terbaik dan juga diminati oleh calon mahasiswa, sehingga Bandung menjadi salah satu tujuan bagi mahasiswa yang ingin mengenyam ke jenjang pendidikan. Salah satu perguruan tinggi swasta yang cukup terkenal dimata masyarakat yang berada di kota Bandung yaitu Telkom University, Menurut Wikipedia, Universitas Telkom, atau Telkom University yang biasa disebut Tel-U, adalah sebuah perguruan tinggi swasta di Indonesia yang terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, tepatnya di Jalan Telekomunikasi. Tel-U sudah terkenal dengan brandingnya yang merupakan PTS No 1 Di Indonesia. Itulah sebabnya Peneliti memilih judul ini karena itu peneliti ingin mengetahui lebih jauh apa saja peran PR Telkom University dalam mengelola *media relations* yang mana sangat penting untuk menjaga reputasi dan citra baik dimata masyarakat. peneliti menciptakan sebuah kebaruan dengan meneliti secara mendalam terkait aktivitas *media relations* dari sisi peran PRnya. Penelitian ini memiliki pandangan bahwa peran PR di pihak korporat sangat membutuhkan media dalam menjaga citra ataupun reputasi korporat. Kesuksesan program PR dalam mengelola tentu saja bergantung pada skill serta kompetensi seluruh staff maupun koordinator divisi humas. Berdasarkan Penelitian terdahulu menurut Syarifah (2019) Dengan Judul “Analisis Pelaksanaan Fungsi *media relations* Pada Kegiatan Acara Ulang Tahun Kota Medan 2018” perbedaannya dengan penelitian saya. Penelitian ini membahas terkait bagaimana penerapan dari sebuah fungsi-fungsi *media relations* melalui sebuah strategi sedangkan peneliti berfokus pada Peran PR Telkom University dalam mengelola *media relations*. serta meneliti apa saja program yang dilakukan oleh PR Telkom University dalam menjaga hubungan dengan media. Pendidikan



tentu saja tidak dapat dipisahkan dari bidang akademik, yaitu belajar dan mengajar, PT selama ini terus berkembang dan bersaing dalam bidang akademik dan non akademik. Setiap PT memiliki peraturan dan persyaratan yang berbeda, oleh karena itu di era sekarang ini orang tua memiliki tuntutan yang tinggi terhadap pendidikan tinggi guna memperoleh masa depan yang cerah. Memilih PT merupakan pilihan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Pemilihan jurusan juga disesuaikan dengan bakat dan kemampuan calon mahasiswa. Jurusan yang tepat menciptakan siswa yang akan memiliki kehidupan gemilang di masa depan, dalam hal ini orang tua berperan dalam memilih PT dengan reputasi dan karakteristik yang baik dari universitas dipilih. Dilansir dari web sci.telkomuniversity.ac.id (diakses 27 Januari 2022) Telkom University menempati peringkat pertama Versi The WUR, yang merupakan singkatan dari Times Higher Education World University Rankings, THE WUR, merupakan suatu publikasi tahunan pemeringkatan universitas yang diterbitkan oleh majalah Times Higher Education (THE), Majalah THE merupakan majalah yang bergengsi yang dianggap sebagai salah satu pemeringkatan universitas yang paling sering disorot, THE World University Rankings 2022 kali ini, lebih dari 1.600 universitas dari 99 negara serta wilayah masuk ke dalam pemeringkatan, sehingga menjadikan THE sebagai pemeringkatan universitas terbesar dan paling beragam hingga saat ini. THE World University Rankings sendiri selalu rutin merilis peringkat Universitas terbaik di dunia dengan 5 indikator penilaian, yaitu: pengajaran (teaching) dengan bobot 30%, penelitian (research) dengan bobot 30%, kutipan (citations) dengan bobot 30%, pemasukan dari industri (industry income) dengan bobot 2,5%, dan international outlook dengan bobot 7,5%. Dari kelima indikator tersebut, total skor yang diperoleh Tel-U adalah 18,425 menempatkan Tel-U pada peringkat ke-10 Perguruan Tinggi Indonesia dan PTS peringkat pertama versi Times Higher Education

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang merupakan suatu penelitian yang berusaha memahami dan menafsirkan suatu arti dari suatu peristiwa serta pola tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Alat pengumpulan data atau instrumen dalam penelitian ini merupakan peneliti sendiri. Metode Penelitian kualitatif menurut (Cresswell 2016) “penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lainlain.”

Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk lebih memahami sebuah fenomena yang tidak dipahami secara luas, serta memahami hasil riset yang sesuai kebutuhan. serta mengevaluasi materi dan menemukan suatu perspektif baru. Dengan Fenomena yang sedang dipelajari. Peneliti akan menggunakan metode kualitatif format deskripsi. Menurut Ardianto (2004:237), Metode deskripsi kualitatif adalah “Metode yang dirancang untuk memberikan gambaran umum Mengenai proses keadaan dan fenomena yang terjadi”. peneliti akan fokus pada penelitian proses, seperti melakukan interaksi antar pihak pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perencanaan PR Telkom University dalam Mengelola Media Relations

Perencanaan ini merupakan tahap awal dari serangkaian berbagai kegiatan *media relations* yang dilakukan Telkom University (Tel-U), sehingga penting untuk memahami siapa yang memiliki tanggung jawab dalam perencanaan *media relations*. Kegiatan *media relations* di Tel-U berada di bawah tanggung jawab Kepala Bagian *Public Relations* sedangkan penanggung jawab lapangan berada ditangan Kepala Bagian Urusan *Public Relations* Perencanaan *media relations* yang dilakukan oleh Kepala Bagian *Public Relations* perencanaan ini akan memberikan gambaran mengenai arah yang akan diambil terkait dengan upaya-upaya dalam mengelola *media relations* kedepan, target yang akan dicapai, serta program- program *media relations* yang dibuat harus menginduk dan sejalan dengan visi Telkom University.

Kepala Bagian *Public Relations* kemudian akan melakukan review pada perencanaan yang telah disusun oleh Kepala Urusan *Public Relations* dan tim dan kemudian akan melakukan penambahan atau penyesuaian pada aktivitas *Public Relations* dalam upaya mengelola *Media Relations*. Pada perencanaan yang dibuat tersebut

juga akan menunjukkan mengenai pihak-pihak yang akan dilibatkan dalam kegiatan *media relations*, Pada perencanaan *media relations* Tel-U terjadi pembagian tugas. Pembagian tugas tersebut dilakukan pada berbagai aktivitas PR, termasuk pada kegiatan yang berkaitan dengan *media relations*. Pembagian tersebut menunjukkan bahwa tim PR berkordinasi dan berhubungan baik dengan jurnalis atau wartawan sedangkan Kepala Bagian *Public Relations* berkordinasi dan bekerja sama dengan struktur media di level lebih atas seperti redaktur dan tim pelaksana dalam perusahaan media serta membuat perjanjian MOU tersebut. Pembagian tugas tersebut dilakukan untuk mengoptimalkan kinerja di *Public Relations* Tel-U Adapun kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan, seperti halnya media monitoring, pelaksanaan pers conference, serta gathering layaknya kegiatan *media relations* yang biasanya dilakukan PR Tel-U setiap tahunnya. Berbagai kegiatan tersebut dilakukan untuk berbagai jenis kebutuhan tujuan pelaksanaan *media relations*. Berbagai jenis *media relations* di atas juga yang kemudian dilakukan untuk berbagai kegiatan Tel-U.

B. Implementasi Peran PR Telkom University dalam Mengelola Media Relations

PR melalui kegiatan *media relations* yang dilakukannya dengan pihak media memiliki tujuan guna membangun hubungan yang lebih baik yang ditujukan guna mendapatkan bentuk publisitas yang lebih baik dari media. Begitu pun media yang menjalin hubungan dengan PR sebagai sumber informasi penting dalam mendapatkan. Berhasil maupun tidaknya kegiatan *media relations* tentu saja memerlukan campur tangan PR, peranan PR sebagai tenaga ahli dan fasilitator komunikasi dan pemecahan masalah, akan membantu kelancaran kegiatan *media relations*, dikarenakan media merupakan part of public relations and part of corcomm, media merupakan suatu corong dalam penyampaian informasi dan publikasi, seorang PR harus benar benar memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh media sehingga suatu sinergi dan kolaborasi akan terwujud antara suatu perusahaan dengan media Dalam mengelola hubungan dengan media tentu saja, seorang PR harus memiliki proses-proses yang mumpuni untuk diimplementasikan.

Cara berkomunikasi ke atas hingga kebawah harus disounding dengan jelas dan sesuai dengan levelnya, menggunakan *3 level approach*, semisal di level yang pertama membangun *relationship* antara *top management* dengan pemilik media atau dengan direktur pemberitaan di sebuah media, lalu di level kedua di *middle manager* atau manajemen itu dilakukan *relationship* antara *Vice President corcomm* atau *manager corcomm* dengan redaktur maupun dengan editor lalu terakhir di level ketiga antara *media relation officer* dengan seluruh jurnalis, ketika di 3 layer di 3 level tersebut sudah melakukan *relationship* yang baik dengan *system 3 Level Approach* permasalahan terkait pemberitaan kemungkinannya akan sangat kecil bisa terjadi di kemudian hari, karena terkadang apabila suatu perusahaan punya hubungan baik yang dilakukan hanya pada top manajemen tidak di bangun dari bawah yang mana merupakan awal mula munculnya pemberitaan dan sudah menemukan apalagi itu fakta, dari tim redaktur atau tindakan tidak bisa menghalangi Adapun Kegiatan yang rutin dilakukan oleh PR Tel-U Kegiatan *media relations* lebih ditujukan pada kegiatan-kegiatan lapangan yang bersinggungan langsung dengan kehadiran pihak media. Namun adapula monitoring baik media cetak, online atau media sosial dan disusun laporan setiap bulan agar semua kegiatan *media relations* Tel-U selalu terpantau, Jenis kegiatan *media relations* yang dilakukan Tel-U ada bermacam-macam yaitu, *press conference*, *media gathering* dan *media monitoring* Pengimplementasian kegiatan Media Relations tentu saja tak luput dari sorotan awak media, Pihak media menjadi tujuan utama dalam penyelenggaraan kegiatan *media relations* sehingga penting bagi Tel-U untuk dapat menentukan siapa dari bagian dari pihak media eksternal tersebut yang akan dituju, diundang, dan dilibatkan dalam kegiatan *media relations* Tel-U. Kegiatan *media relations* yang menjadi tanggung jawab bagian kerja *Public Relations* baik dan lancarnya kegiatan *media relations* tentu saja tak lepas dari kinerja praktisi PR. Kegiatan *media relations* Tel-U lebih ditujukan pada kegiatan-kegiatan lapangan yang bersinggungan langsung dengan kehadiran pihak media. Kegiatan pertama yang paling umum dilakukan dalam kegiatan *media relations* Tel-U yakni melalui *press conference* yang dilakukan dengan memanggil para media, baik melalui kegiatan *ceremony*-nya saja ataupun dilengkapi dengan kegiatan tanya jawab. *press conference* itu biasanya dilakukan karena Tel-U sering memiliki banyak program dalam satu tahun yang penting untuk disampaikan pada masyarakat dan semua warga Tel-U seperti mahasiswa, dosen dan para staff.

C. Evaluasi PR Tel-U dalam Mengelola *Media Relations*

Evaluasi PR Tel-U Mengelola *Media Relations* memperlihatkan mengenai penilaian pada pelaksanaan *media relations* dan dampaknya bagi penilaian pers maupun publik pada Tel- U. Hal pertama yang dilakukan dalam menilai evaluasi *media relations* Tel-U dengan mempelajari pihak mana yang memiliki tugas dalam melakukan evaluasi atas pelaksanaan berbagai kegiatan *media relations*. Evaluasi *media relations* Tel-u dilakukan dalam lingkup internal. Sejauh ini belum ada pihak eksternal yang mengikuti evaluasi. Kepala Bagian Public Relations mengungkapkan mengenai pihak yang mengevaluasi kegiatan *media relations* Dalam dokumen laporan evaluasi *media relations* Tel-U, di dalamnya jugamenunjukkan kesesuaian perencanaan kegiatan *media relation* dengan implementasinya dilapangan. Evaluasi ini juga merupakan bentuk pelaporanpertanggung jawaban dari kesesuaiandari program *media relations* yang dibuat di awal tahun dan hasil di akhir tahun.

Berdasarkan perencanaan dan implementasinya di lapangan, maka dapat ditunjukkan kesesuaian perencanaan dan implementasi *media relations* yang telah dilakukan. Kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan *media relations* diperlukansebagai bagian dari komponen penunjang laporan *final* evaluasi. Selain itu, keterlibatan media juga menjadi bagian yang dinilai dalam proses evaluasi pada berbagai peran PR Tel-U dalam mengelola *media relations* Tel-U terkait.

D. Evaluasi PR Tel-U dalam Mengelola *Media Relations*

Evaluasi PR Tel-U Mengelola *Media Relations* memperlihatkan mengenai penilaian pada pelaksanaan *media relations* dan dampaknya bagi penilaian pers maupun publik pada Tel- U. Hal pertama yang dilakukan dalam menilai evaluasi *media relations* Tel-U dengan mempelajari pihak mana yang memiliki tugas dalam melakukan evaluasi atas pelaksanaan berbagai kegiatan *media relations*. Evaluasi *media relations* Tel-u dilakukan dalam lingkup internal. Sejauh ini belum ada pihak eksternal yang mengikuti evaluasi. Kepala Bagian Public Relations mengungkapkan mengenai pihak yang mengevaluasi kegiatan *media relations* Dalam dokumen laporan evaluasi *media relations* Tel-U, di dalamnya jugamenunjukkan kesesuaian perencanaan kegiatan *media relation* dengan implementasinya dilapangan. Evaluasi ini juga merupakan bentuk pelaporanpertanggung jawaban dari kesesuaiandari program *media relations* yang dibuat di awal tahun dan hasil di akhir tahun.

Berdasarkan perencanaan dan implementasinya di lapangan, maka dapat ditunjukkan kesesuaian perencanaan dan implementasi *media relations* yang telah dilakukan. Kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan *media relations* diperlukansebagai bagian dari komponen penunjang laporan *final* evaluasi. Selain itu, keterlibatan media juga menjadi bagian yang dinilai dalam proses evaluasi pada berbagai peran PR Tel-U dalam mengelola *media relations* Tel-U terkait.

Pihak media merupakan komponen utama dalam menjalankan kegiatan-kegiatan *mediarelations* Tel-U. Sehingga perlu bagi PR Tel-U untuk menjadikan pandangan dan keberadaan mereka sebagai bagian dari hasil evaluasi, seperti bagaimana Tel-U dapat memahami dan melayani kebutuhan pihak media dalam pemenuhan informasi di mata media.

Evaluasi juga menjadi tolak ukur akan kegiatan *media relations* Tel-U yang telah dilakukan, seperti apa saja kegiatan *media relations* yang dilakukan, di mana kegiatan dilakukan, siapa saja media yang dituju dan hadir dalam kegiatan *media relations*, bagaimana antusiasme dan keterlibatan media di dalamnya. Adapun sebuah bukti nyata kedekatan media dengan Tel-U ketika diundang, mereka akan senantiasa hadir. Ketika pihak-pihak media yang diundang tersebut hadir, mereka biasanya akan menjadikan kegiatan *media relations* tersebut sumber bagi pemberitaan mereka. Adanya keterlibatan media dalam kegiatan *media relations* menjadikan pandangan positif mereka atas penyediaan program *media relations*, adanya keterlibatan kerja antara PR dengan media saat melakukan kegiatan *media relations* tentu saja memerlukan narasumber yang kredibel agar berita tepat sasaran dan tidak mengandung hoax semata.

REFRENSI

Ardianto, Elvinaro 2011. Handbook of Public Relation. Jakarta: Simbioasa Rekatama Media. Cutlip, Scott M; Allen H Center dan Glen M. Broom. 2007. Effective Public Relations

Glen Griswold and Denny Griswold. Your Public Relation. Fark & Wangnalis Company.

New York 1984. Grading Teaching Notes oleh NUFFICHutapea.

2000. Public Relations Sebagai Fungsi Manajemen.

Majalah Widya, Agustus 2000. No. 179 Tahun XVII.

Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. 2004. Public Relations. Jakarta: Penerbit ErlanggaSoemirat dan Ardianto,F Rachmadi :2008

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D (Cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta.

