

Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Telkom University menuju “*A World Class University*”

¹Hasan Muhardiawan, ²Alvino Kusdiharja U.P, ³Nurrahmawati

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: ¹muhardiawan86@gmail.com, ²nurrahmawati10@gmail.com

Abstract. Communication strategy essentially talks about planning and management in order to reach the goals, it is different with public relations that is well-organized and susitanable planning who intentionally build and maintain a feedback between organization and its society. This research is done in order to find out how the strategy of Telkom University’s public relations to build the image as an exclusive university in 2018. In order to find it out, reseacrh would love to find out How this public relations strategy should be applied in order to build the image. This research used qualitative method withcase study approach. Researcher collected, processed, and analyzed systematically the pr strategy of Telkom University that focuses on building the image that is intentionally reached in 2018 as an international university. The objects on this research are the head of public relations, head of International Officer, and external media. Data collecting technique that was done were in-depth interview and also literatures.The results of this research, the international cooperation that is done by PR and IO definetaley focused very well. PR focuses on media and IO focuses on international relations. Telkom University started using ICT system and applied to I Gracias program which is intended forthe students. In the other side, the are plenty of obstacles which is faced by Telkom Universityin order to build the image, for instance the ego from four institutions that are intergreted as Telkom University. The support that earned by Telkom University is from the student themselves who made some international achievements so that Telkom University can be seen as a prestigious university.

Key Words : Communication Strategy , Public Relations, public relations strategy, Qualitative Research metode, Case Study

Abstrak. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan management (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan sedangkan *public relations* adalah suatu usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi masyarakat. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* Telkom University dalam membangun citra menjadi perguruan tinggi berkelas international pada tahun 2018 . Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *public relations* ini diterapkan dalam rangka membangun citra, Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis secara sistematis mengenai strategi *public relations* Telkom university yang difokuskan dalam membangun citra yang akan dicapai pada tahun 2018 yaitu menjadi perguruan tinggi yang bertaraf international. Untuk objke penelitian yang diteliti adalah kepala bagian public relations, kepala bagian IO (International Officer) dan media eksternal, Teknik pengumpulan data yang dilakukan melakukan wawancara secara mendalam (*in depth interview*) serta menggunakan studi kepustakaan dan dokumentasi.Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa dalam kerjasama international yang dilakukan PR,IO (international office) dan melakukan tugas masing masing dan terfokus, seperti PR yang focus pada media dan IO focus pada kerjasama dengan perguruan tinggi di luar

negeri, sedangkan dalam pembelajaran jarak jauh bersifat international, Telkom University mulai menggunakan system ICT dan diaplikasikan kepada program I-Gracias yang diperuntukan untuk mahasiswa. Selain itu hambatan dan dukungan yang dihadapi oleh Telkom University dalam membangun citra adalah masih ada ego yang tinggi antara 4 institusi yang telah tergabung menjadi Telkom university, untuk dukungan yang didapat adalah Telkom University melalui mahasiswa sudah banyak mendapat prestasi tingkat nasional dan international sehingga citra Telkom University dipandang baik di mata masyarakat.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, public relations, strategi public relations, metode penelitian kualitatif, Studi kasus

A. Pendahuluan

Telkom University (Tel-U) yang dulunya bernama STT Telkom didirikan dan diresmikan pada 24 maret 1994, dimana Telkom adalah perguruan tinggi swasta yang diselenggarakan yayasan pendidikan Telkom dan mempunyai beberapa perguruan tinggi swasta yang berada di bawah naungan Telkom diantaranya Insitut Teknologi Telkom (IT Telkom), Insitut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom).

Pada 14 Agustus 2013 akhirnya 4 (empat) perguruan tinggi swasta yang berada di bawah naungan yayasan pendidikan Telkom bergabung menjadi satu dan berkembang setelah sebelumnya bernama STT Telkom berubah menjadi Telkom University (Tel-U) berdasarkan surat keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud nomor 309/E/0/2013. Kampus Telkom University (Tel-U) bertempat di Bandung tepatnya di jalan terusan Buahbatu di kawasan Technoplex.

Dengan adanya sebuah target yang dicapai yaitu menjadi World Class University pada tahun 2018 maka peran *public relations* yang ada di universitas dikembangkan oleh Telkom university, dimana posisi *public relations* di Telkom University (Tel-U) berada di bawah koordinat sekretaris pimpinan.

Dalam melakukan hal tersebut, Telkom University khususnya pihak humas mengacu kepada rencana bertahap yang dibuat secara umum oleh Telkom University dan disebarakan melalui web universitas dalam bentuk Renstra(rencana strategis lima tahun) yang mencakup beberapa hal yaitu :

1. Konsolidasi internal untuk menguatkan tata kelola Telkom University
2. Memberdayakan grup riset dalam kelompok keahlian dan research center untuk memberdayakan dosen dan mahasiswa dalam pengembangan penelitian dan pengabdian masyarakat
3. Penguatan kerjasama international

4. Peningkatan sistem pembelajaran yang salah satunya mendukung sistem pembelajaran jarak jauh bersifat internasional

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “ Strategi PR Telkom University dalam membangun citra”

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori citra Frank Jefkins yang terdapat dalam buku dasar dasar *public relations* Soemirat dan Elvinaro (2012 : 117) yang terdiri dari :

1. *The Mirror Image* (Cerminan citra)
2. *The Current Image* (Citra masih hangat)
3. *The Wish Image* (Citra yang diinginkan)
4. *The Multiple Image* (Citra yang berlapis)

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut “Startegi PR Telkom University dalam membangun citra”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *public relations* Telkom University dalam membangun citra melalui kerjasama internasional?
2. Bagaimana strategi *public relations* Telkom University dalam membangun pembelajaran jarak jauh bertaraf internasional?
3. Apakah hambatan yang dihadapi pihak *public relations* dalam membangun citra menuju *World Class University*?
4. Apakah dukungan yang didapat pihak *public relations* dalam membangun citra menuju *World Class University*?

Dari hasil penelitian keempat rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih terperinci sebagai berikut :

1. **Strategi *public relations* Telkom Univeristy dalam membangun citra melalui kerjasama internasional**
2. **Strategi *public relations* Telkom Univeristy dalam membangun pembelajaran jarak jauh bertaraf internasional**
3. **Hambatan dalam membangun citra menuju “ *World Class University* “**
4. **Dukungan yang didapat dalam membangun citra “ *world class university* “**

1. Strategi *public relations* Telkom Univeristy dalam membangun citra melalui kerjasama internasional

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa dalam latar belakang yang dilakukan pada kerjasama ineternasional ini adalah membangun relasi dengan perguruan tinggi luar negeri selaiigus membuka peluang untuk Tel-U bersaing di MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), adapun dalam penerapannya adalah membuat pemberitaan kepada media terkait dengan prestasi yang diraih mahasiswa Telkom University

2. Strategi *public relations* Telkom Univeristy dalam membangun pembelajaran jarak jauh bertaraf internasional

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat dilihat bahwa Telkom University menggunakan aplikasi I-Gracias sebagai media pembelajaran jarak jauh yang memiliki fitur yaitu perwalian online, pembelajaran jarak jauh, nilai online dan menjadi media antara dosen dan mahasiswa. Tujuan adanya ini adalah *Branding*, karena I-Gracias menjadi keunggulan dalam bidang IT.

3. Hambatan dalam membangun citra menuju “ *World Class University* “

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat dilihat bahwa hambatan yang dihadapi dalam ranah internal adalah masih ada ego yang besar antara institusi yang sudah tergabung dalam Telkom University dan merasa lebih unggul satu sama lain, selain itu lokasi kapus yang cukup jauh memberi kesulitan bgai media dalam meliput acara di Telkom University, sedangkan dalalam ranah external masih ada anggapan bahwa lulusan universitas negeri lebih dapat bersaing dan universitas negeri masih menjadi favorit dalam melanjutkan studi.

4. Dukungan yang didapat dalam membangun citra “ *world class university* “

Dari hasil penelitian yang didapat terkait dukungan yang didapat dalam membangun citra baik dalam ranah internal atau eksternal, untuk ranah internal prestasi mahasiswa Telkom university baik pada tingkat nasional dan internasional dan 80% total prodi di Telkom University terakreditasi A dan B, selain itu dalam ranah external adanya tersedia beasiswa bagi mahasiswa yang ingin melanjutkan S1.S2 dan S3 dan kerjasama dengan Telkom group untuk memudahkan mahasiswa dalam melaksanakan magang/jobtrain

D. Kesimpulan

1. Dalam membangun citra melalui kerjasama internasional, latar belakang adanya kerjasama adalah membangun relasi dengan perguruan tinggi yang ada di luar negeri dengan fokus kepada bidang akademik. Adapun rencana yang dilakukan dalam jangka pendek adalah fokus kepada tahap *management excellence* dengan tujuan akhir mendapatkan ISO Certification, sedangkan rencana jangka panjangnya adalah focus kepada renstra (rencana strategis lima tahun) 2013-2018 yang meliputi : *governance excellence, academic management excellence, academic resources excellence* dan *academic quality*, untuk penerapannya pihak PR melakukan pemberitaan tentang mahasiswa berprestasi dan juga kerjasama dengan pihak lain di bidang akademik, kerjasama internasional pun melibatkan IO (*International officer*) yang fokus kepada kerjasama internasional dan sekaligus mempromosikan Telkom University.
2. Strategi *public relations* yang dilakukan dalam bentuk aplikasi pembelajaran jarak jauh bertaraf internasional dilatarbelakangi oleh bahwa ada unggulan berupa program ICT (*Information dan Communicaiton Techonology*) yang dimiliki oleh Telkom University. Untuk aplikasi pembelajaran jarak jauh berupa I-Gracias mempunyai beberapa fitur yaitu perwalian online, jadwal kuliah dan perkuliahan jarak jauh dengan tujuan memudahkan mahasiswa dalam kegiatan perkuliahan, untuk penerapan strategi PR dalam aplikasi ini adalah *Branding* dalam bidang teknologi pada aplikasi I-Gracias.
3. Hambatan yang dihadapi oleh pihak *public relations* Telkom University dominan berasal dari internal, karena masih ada ego yang diperlihatkan setiap institusi dengan kelebihan masing masing yang dimiliki. Adapun masalah lokasi kampus yang terlalu jauh dari kota membuat media kesulitan menjangkau acara yang diadakan di Telkom.
4. Dukungan yang dimiliki oleh Telkom Univeristy dalam membangun citra adalah melalui pemberitaan mahasiswa berprestasi. Adapun dalam mengurangi masalah ego diadakan rapat secara rutin pada hari selasa dengan tujuan menyelaraskan pemahaman tiap institusi untuk dapat satu pendapat mengenai Telkom University dan ada program

blusukan rektor ke fakultas fakultas dengan tujuan untuk ada penghargaan dan menghilangkan ego sedikit demi sedikit.

Daftar Pustaka

- Agung, Silih dan Jim Macnamara. 2015. *Strategi public relations*. Jakarta :Gramedia
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung : Simbosa Rekatama media
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2008. *Dasar Dasar Public Relation, Bandung* : Rosda
- Haris, Amin. 2012. *Strategi Program Humas dalam Pencitraan Perguruan Tinggi*. Malang : UmmPress
- Uno, Hamzah dan Rusman 2011. *Model Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrawan, Rully. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pendidikan dan Pembangunan* .Bandung: Refika Aditama