

## **Pengelolaan Event Kampus oleh Humas Unisba (Studi Kasus Mengenai Pengelolaan Acara Resmi dalam 1 Tahun Terakhir oleh Humas Universitas Islam Bandung)**

<sup>1</sup>Andryanti Puspita Dewi, <sup>2</sup>Maman Suherman

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*Email: <sup>1</sup>andryantipuspita.apd@gmail.com, <sup>2</sup>mamansuherman@gmail.com*

**Abstract.** Islamic University of Bandung has a section of Public Relations that establish good relations with internal campus and external. In the internal campus, Unisba public relations keep harmony of the relationship by participating with events held in Unisba itself. Humas Unisba perform the management process in organizing the event. So researchers want to know the management of campus events conducted by the Public Relations Unisba. The purpose of this study are to know the stages, find out how the evaluation conducted, find out the reason Unisba PR is involved in the management of official events of Unisba Public Relation on the management of official events at the Islamic University of Bandung. The research method used is qualitative with case study approach. The result of this research is Unisba Public Relation do planning, coordination, implementation, and evaluation of natural management of campus official event.

**Keywords:** Public Relations, Management, Event.

**Abstrak.** Universitas Islam Bandung mempunyai bagian Humas yang menjalin hubungan baik dengan internal kampus maupun eksternalnya. Didalam internal kampus, humas Unisba menjaga keharmonisan hubungan tersebut dengan turut terlibat dengan acara-acara yang diselenggarakan di Unisba itu sendiri. Humas Unisba melakukan proses pengelolaan dalam menyelenggarakan acara tersebut. Maka peneliti ingin mengetahui pengelolaan event kampus yang dilakukan oleh Humas Unisba. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan-tahapan, proses evaluasi, cara mengatasi kendala, dan alasan keterlibatan Humas Unisba pada pengelolaan *event* resmi di Universitas Islam Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah Humas Unisba melakukan perencanaan, kordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi alam pengelolaan event resmi kampus.

**Kata Kunci:** Humas, Pengelolaan, Event.

### **A. Pendahuluan**

Universitas Islam Bandung, sebuah Perguruan Tinggi Swasta yang terletak di Jalan Tamansari No. 1 Kota Bandung ini mempunyai Bagian Humas Universitas yang berperan penting untuk keberlangsungan Universitas Islam Bandung. Bagian Humas Universitas diperankan sebagai juru bicara yang mampu menjelaskan informasi dan kebijakan dari pimpinan perguruan tinggi, membina hubungan harmonis dengan publik internal (dosen, mahasiswa, karyawan, dan civitas akademik lainnya) dan hubungan kepada publik eksternal (orang tua mahasiswa, media massa, dan pihak terkait lainnya), membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan eksternal dengan menyebarkan pesan, memberi informasi berbagai kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan, dan membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah antar perguruan tinggi maupun dengan masyarakat.

Selain sebagai penyambung lidah antara publik internal dan publik eksternal universitas, Humas Unisba pula berperan dalam pengelolaan *event* kampus yang terdapat di Universitas Islam Bandung. Pada satu tahun terakhir, Humas Unisba mengelola berbagai *event* kampus, terutama *event* atau acara resmi seperti Milad

Unisba, Pelantikan/Serah Terima Jabatan Senat Unisba, Pelantikan mahasiswa baru dan pelantikan Sarjana, Magister dan Doktor, serta seminar (Laporan Tahunan Rektor tahun Akademik 2015/2016, 2016:87). Humas Unisba berkordinasi dengan pihak-pihak lainnya yang terlibat dalam acara ini. Adapun layanan jasa yang telah dilaksanakan oleh beberapa agen pengiriman barang tersebut, diantaranya yaitu kecepatan & ketepatan waktu dalam pengiriman barang, tarif akomodasi pengiriman antar daerah yang relatif murah di mata pelanggan, luasnya jangkauan pengiriman barang kepada beberapa daerah yang dituju, serta pelayanan-pelayanan lainnya yang membuat para pelanggan menjadi betah dan selalu melakukan transaksi pengiriman barang dengan beberapa agen ini. Dari beberapa layanan yang dimunculkan tersebut dapat membuat para pelanggan puas dan senang akan beberapa kelebihan dari pelayanan tersebut.

*Event* menurut pakar komunikasi/PR dikutip dari Macnamara (Ruslan, 2008:232) biasanya dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari media, klien, perusahaan atau produk. Penyusunan program acara tertentu atau yang lebih dikenal dengan peristiwa khusus (*special event*) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang sifatnya untuk mempengaruhi opini publik termasuk ke dalam strategi PR atau yang lebih dikenal dengan bauran PR. (Nova, 2009:41-42). Event yang terselenggara di Universitas Islam Bandung terdiri atas berbagai event yang bertujuan untuk lebih mengenalkan Unisba kepada publiknya. Event yang diselenggarakan

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan meneliti mengenai Pengelolaan *event* Kampus oleh Humas Unisba. *Event* atau acara yang akan peneliti teliti adalah acara resmi yang terjadi selama 1 tahun terakhir. Peneliti akan meneliti bagaimana tata pengelolaan acara di Unisba, acara apa saja yang terdapat di Unisba, cara evaluasi yang dilakukan, bagaimana Humas Unisba menanggapi kendala yang ada dalam mengelola acara, dan alasan Humas Unisba dilibatkan dalam acara-acara di Unisba sehingga peneliti akan mengetahui bagaimana pola Humas Unisba dalam mengelola acara resmi di unisba, dan apakah setiap mengelola acara terdapat perbedaan atau tidak. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan meneliti dalam skripsi yang berjudul “Pengelolaan *Event* Kampus oleh Humas Unisba” (Studi kasus mengenai pengelolaan acara resmi dalam 1 tahun terakhir oleh Humas Unisba di Universitas Islam Bandung).

Tujuan dari pelaksanaan penelitian mengenai Pengelolaan *Event* Kampus oleh Humas Unisba, yaitu:

1. Untuk mengetahui tahapan-tahapan yang dilakukan Humas Unisba pada pengelolaan *event* resmi di Universitas Islam Bandung.
2. Untuk mengetahui cara evaluasi yang dilakukan Humas Unisba pada pengelolaan *event* resmi di Universitas Islam Bandung.
3. Untuk mengetahui cara Humas Unisba mengatasi kendala dalam pengelolaan *event* resmi di Universitas Islam Bandung.
4. Untuk mengetahui alasan Humas Unisba terlibat dalam pengelolaan *event* resmi di Universitas Islam Bandung.

## **B. Landasan Teori**

### **Humas**

Humas adalah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Kesuksesan atau kegagalan dari sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh kegiatan humas atau *Public Relations* (PR). Menurut Dr. Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16) *Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas

komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Definisi Menurut (British) Institute of Public Relations (IPR) dalam Frank Jefkins (2003:9) PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak. Humas merupakan salah satu komponen dalam manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi termasuk perguruan tinggi. Kehadiran humas menjadi salah satu elemen yang sangat menentukan keberlangsungan sebuah organisasi secara positif. Humas atau biasa dikenal dengan *public relations* mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja (pribadi/masyarakat) yang berkepentingan. Sebagai sebuah profesi, petugas Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

### **Humas Perguruan Tinggi**

Humas perguruan tinggi dituntut untuk mampu membangun citra positif terhadap lembaga dalam memasuki era persaingan ini, menumbuhkan komunikasi yang sinergis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat dan membangun institusi responsif terhadap dinamika masyarakat. Dengan demikian fungsi humas perguruan tinggi dituntut selalu profesional dalam mengelola informasi sehingga terwujudnya citra positif lembaga. Tuntutan ini mensyaratkan perlunya manajemen terhadap pengelolaan komunikasi di perguruan tinggi. Program kerja humas yang baik harus didasarkan pada pemahaman yang tepat terhadap persoalan kehumasan yang dihadapi oleh sebuah organisasi.

Peran dan fungsi Humas perguruan tinggi adalah berperan sebagai unit yang membagikan brosur, dan membuat kliping, ditingkatkan menjadi mediator untuk membantu pimpinan perguruan tinggi mendengarkan kritikan, saran, dan harapan masyarakat. Humas juga harus diperankan sebagai juru bicara yang mampu menjelaskan informasi dan kebijakan dari pimpinan perguruan tinggi, membina hubungan harmonis dengan publik intern (dosen, mahasiswa, karyawan, manajemen) dan hubungan kepada publik ekstern (orang tua mahasiswa, media massa, pihak terkait lainnya), membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan eksternal dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian, dan berbagai kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan, dan membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah antar perguruan tinggi dengan mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di perguruan tinggi maupun di masyarakat.

### **Event**

Menurut Any Noor (2009:7) definisi dari *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Setiap *event* selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari *event* ada pada target sasarnya atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam *event* yang

diadakan. Menurut Any Noor didalam buku *Event Management* kunci utamanya adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event* (2009:179).

### **Event Management**

Goldbatt (2002:36-55) membagi perencanaan penyelenggaraan *event* ke dalam beberapa tahapan agar *event* terlaksana efektif dan efisien. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

#### *1. Research*

Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggara dapat melihat *trend* yang sedang berkembang, mengembangkan sistem penyediaan layanan baru, dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi masalah. Terdapat tiga metode riset, yakni kuantitatif, kualitatif dan campuran.

#### *2. Design*

Fase ini merupakan kelanjutan dari proses riset yang dilakukan. Umumnya, proses ini dimulai dengan adanya *brainstorming* mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan *artistic*, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Fase ini juga dilakukan studi kelayakan *event* untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan *event* menyangkut tentang kemampuan finansial, sumber daya manusia, dan kondisi politik.

#### *3. Planning*

*Planning* dilakukan setelah analisis situasi dan bersamaan dengan tahapan *design*. Tahapan ini penyelenggara *event* mulai melakukan beberapa hal, di antaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk melakukan aksi, pertimbangan pemilihan tempat (*venue*), menentukan tim kerja, menentukan pengisi acara, bagaimana mempersiapkan layanan pendukung, bagaimana produksi, bagaimana mencari sponsor, dan sebagainya.

#### *4. Coordination*

Seorang manajer sebuah acara harus mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Fase ini terkait bagaimana komunikasi dengan internal panitia, *stakeholder*, *vendor* dan sponsor. Termasuk dalam hal ini rapat dan koordinasi dan komunikasi *on site management*.

#### *5. Evaluations*

Evaluasi dapat dilakukan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan *survey* kepuasan dan melakukan pencatatan berapa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain untuk mengamati *event* atau dengan metode telepon atau *mail survey*.

### **C. Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Metode Kualitatif dengan jenis penelitian Studi Kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi kepada Kepala Bagian Humas Unisba dan Kasie Humas & Protokoler Humas Unisba. Peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Humas Unisba dalam pengelolaan event resmi kampus:

#### *1. Perencanaan*

Definisi perencanaan dikemukakan oleh Erly Suandy (2001:2) sebagai berikut: Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan)

dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategi-strategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program) dan operasi (tindakan) yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Perencanaan merupakan tahapan awal yang dilakukan dalam merancang sebuah acara. Berdasarkan hasil penelitian, pada tahap perencanaan, Humas Unisba memulai merencanakan apasaja hal-hal yang harus dilakukan Humas Unisba dengan membagi pekerjaan yang dilakukan oleh para *staff* Humas, apasaja yang harus disiapkan oleh Humas Unisba, serta menentukan para pelaku acara. Untuk setiap acara resmi yang ditangani oleh Humas Unisba, perencanaan yang dilakukan meliputi persiapan susunan acara, mempersiapkan *layout*, *bumper*, *backdrop*, pengisi acara seperti MC, pembaca Al-Quran dan Sari Tilawah, penerima tamu, buku tamu, serta perlengkapan acara sesuai yang dibutuhkan untuk acara tersebut.

## 2. Kordinasi

Kordinasi dianggap penting karena untuk kelancaran suatu acara, Humas Unisba melakukan Kordinasi oleh pihak-pihak tertentu yang terlibat dalam acara tersebut. Selain dengan pihak-pihak yang terlibat dengan acara tersebut, Kepala Bagian Humas Unisba beserta Kasie Humas dan Protokoler berkordinasi dengan *staff* humas untuk mempersiapkan kelengkapan acara. Seperti yang dikatakan oleh bapak M. E Fuady bahwa setiap acara yang dikelola oleh Humas Unisba tentunya mempunyai penyelenggara atau penanggung jawab acara yang berbeda-beda, makadari itu pihak Humas Unisba melakukan kordinasi agar tidak terjadi kendala dalam pelaksanaan acara tersebut. Beliau menyampaikan pula bahwa Humas Unisba melakukan kordinasi dengan pengisi acara yang terlibat acara-acara universitas. Seperti pada acara Pelantikan dan Serah Terima Jabatan Rektor Unisba, pihak Humas Unisba berkordinasi dengan pihak Yayasan sebagai penyelenggara acara pelantikan ini. Humas Unisba juga berkordinasi dengan tim protokoler dalam hal pengaturan *layout* acara.

## 3. Pelaksanaan

Saat pelaksanaan sebuah acara, Humas Unisba bertindak sebagai pihak yang mengawasi jalannya acara, memastikan kehadiran dari para pengisi acara, mendokumentasikan acara, dan bertindak sebagai operator dalam acara. Seperti yang telah disampaikan dalam wawancara dengan Kasie Humas dan Protokoler bahwa dalam pelaksanaan acara resmi, Humas Unisba bertindak sebagai acara yang memastikan seluruh kelengkapan acara, mendokumentasikan acara, menghubungi LO pengisi acara, dan menjadi operator dalam acara.

## 4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan sebagai tahap akhir pengelolaan *event* oleh Humas Unisba. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Humas Unisba. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apasaja kekurangan yang terjadi pada saat acara berlangsung.

## D. Kesimpulan

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa:

1. Tahapan yang dilakukan Humas Unisba dalam pengelolaan event resmi kampus berpacu dalam konsep event management Goldbatt yaitu: 1. Melakukan perencanaan, 2. Melakukan kordinasi, 3. Melakukan pelaksanaan, 4. Melakukan Evaluasi
2. Evaluasi yang dilakukan Humas Unisba dalam pengelolaan event resmi kampus adalah: 1. Mengumpulkan Staff Humas dan pengisi acara yang berada di bawah pimpinan Humas setelah acara berlangsung, 2. Mengevaluasi hasil acara, 3.

- Mencatat hasil evaluasi, 4. Memberikan hasil evaluasi kepada pelaksana acara, 4. Membahas hasil evaluasi mengenai acara tersebut.
3. Cara Humas Unisba menangani kendala dalam pengelolaan event kampus adalah:
    - a. Mengevaluasi kendala yang terjadi
    - b. Berkordinasi dengan pihak yang terkait dengan kendala tersebut,
    - c. Menanggapi dengan cepat masalah tersebut, dalam hal ini PR Unisba menggunakan strategi PR
  4. Alasan Humas Unisba di libatkan dalam pengelolaan event kampus yaitu karena humas unisba membawahi langsung tim protokoler, dan bertanggung jawab atas keberlangsungan acara.

#### **Daftar Pustaka**

- Goldblatt, Joe. 2002. Special events. Third edition. New York: John Wiley and Sons
- Ruslan, Rosady. 2007. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- .2012. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi.. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.