



IDENTIFIKASI FUNGSI KEHUMASAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

JAKARTA (Studi Kasus Pandangan Koalisi Dominan Universitas

Muhammadiyah Jakarta Terhadap Fungsi Kehumasan Universitas

Muhammadiyah Jakarta)

Horidatul Bakiyah

Universitas Bina Sarana Informatika

(Naskah diterima: 1 Juni 2019, disetujui: 28 Juli 2019)

Abstract

*Identification is a matter of recognizing, determining identity (people, things, etc.). The purpose of identification is to examine and provide an overview of an organization or other related unit. In it there are ten things that must be done by a public relations person who is considered an ideal and superior public relations. Listed in the book by James E. Grunig, *Excellent Public Religion and Effective Organizations*. This study uses qualitative methods using case study techniques. Data collection by conducting in-depth interviews with the Dominant Coalition (Top Management) and Public Relations Leaders structurally at Muhammadiyah University in Jakarta. The interview data is analyzed descriptively through words from the observations. Based on the results of the study, the identification of the public relations function of the Public Relations and Cooperation Bureau was seen as good and expected to develop its roles and functions, and structurally Public Relations could stand alone and separate from other management functions such as the Promotion and Cooperation section.*

Keyword: *PR Functions, Generic Principles of PR Excellence, Dominant Coalition*

Abstrak

Identifikasi merupakan suatu hal mengenali, menentukan identitas (orang, benda, dan sebagainya). Tujuan dilaksanakannya identifikasi adalah untuk menelaah dan memberikan gambaran tentang suatu organisasi atau unit terkait lainnya. Didalamnya terdapat sepuluh hal apa saja yang harus dilakukan oleh seorang humas yang dianggap sebagai Humas yang ideal dan Unggul. Tertera dalam buku karangan James E. Grunig, *Excellent Public Relatiopns and Effective Organizations*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik studi kasus. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam kepada Koalisi Dominan (Top Management) dan Pimpinan Humas secara struktural di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Data hasil wawancara dianalisis secara deskriptif melalui kata-kata dari hasil pengamatan. Berdasarkan hasil penelitian, Identifikasi fungsi kehumasan Biro Humas dan Kerja Sama dipandang sudah baik serta diharapkan dapat mengembangkan peran dan fungsinya, serta secara struktural Humas bisa berdiri sendiri dan terpisah dari fungsi manajemen lainnya seperti bagian Promosi dan Kerja Sama.

Kata Kunci: Fungsi Kehumasan, Prinsip Umum Keunggulan PR, Koalisi Dominan

I. PENDAHULUAN

Keberadaan Humas atau PR di suatu perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, baik secara fungsional maupun operasional yang mampu bertindak sebagai public informations dan public communications dalam upaya penyebaran informasi tentang kebijakan, program, kegiatan kerja perusahaan atau organisasi, baik yang ditujukan kepada publik internal maupun eksternal.

PR telah berkembang tidak hanya sekedar asesoris dalam menjalankan fungsi dan struktur-struktur lembaga atau perusahaan, tetapi sudah lebih jauh lagi menjadi fungsi manajemen untuk mencapai tujuan organisasi, terutama bergerak dalam membentuk citra positif dan memelihara reputasi baik sebuah lembaga atau perusahaan. Munculnya dukungan dan pemahaman public dijembatani oleh program kerja dan aktivitas PR yang dikelola oleh suatu fungsi dan struktur PR yang berada dalam koalisi dominan atas manajemen organisasi.

Pandangan mengenai fungsi kehumasan, dapat terjadi karena keberadaan humas di suatu organisasi, bisa tergantung dari bentuk struktur organisasi perusahaan yang dilihat dari besar-kecilnya suatu perusahaan, perkemba-

ngan dunia usaha, dan kebutuhan dari organisasi akan adanya manfaat, posisi dan manajemen humas di dalam suatu perusahaan, termasuk pada organisasi perguruan tinggi.

Menurut Grunig, praktisi PR biasanya tidak mempunyai kebebasan untuk bertindak sebagai seorang profesional, kecuali jika dia duduk sebagai bagian dari koalisi yang dominan. Jika unit PR menjadi bagian dari koalisi yang dominan, mereka mempunyai wewenang untuk memasukkan unsur tanggung jawab social, pemahaman public, atau komunikasi dua arah. Hanya dengan cara ini akan lebih mudah dapat dilihat kontribusi PR terhadap efektifitas organisasi.

Di dalam konsep dari James Grunig yang diberi nama "Generic Principles Of Public Relations Excellence" terdapat sepuluh prinsip yang harus humas miliki. Ke sepuluh prinsip tersebut masuk ke dalam teori unggul dari Grunig. Teori ini menjelaskan tentang karakteristik seorang Public Relations dalam sebuah organisasi. Apa yang seharusnya dan sebenarnya hal yang dijalankan oleh Humas, dan diyakini sepuluh prinsip ini dapat diterapkan diseluruh dunia. Berbagai model komunikasi dan cara penerapannya juga dijelaskan didalamnya

Konsep General Principles ini ada keberagaman stakeholder dengan karakteristik yang berbeda – beda serta lokasi dimana mereka tinggal. Gunanya untuk membantu seorang Public Relations untuk memecahkan itu semua dengan menjalankan sesuai dengan sepuluh Generic Principles Of Public Relations Excellence.

Perguruan tinggi sebagai sebuah perusahaan memiliki persamaan sekaligus perbedaan dengan perusahaan murni profit industri lainnya. Perbedaan yang utama antara keduanya seperti yang telah disebut di atas, bahwa perguruan tinggi didirikan bukan untuk memburu keuntungan semata perusahaan. Yang jelas antara perguruan Tinggi dan perusahaan dengan perusahaan murni profit atau industry adalah keduanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan financial karena tidak dapat dipungkiri untuk berkembang dan meningkatkan mutunya perguruan tinggi membutuhkan biaya. Hal ini yang menjadi tantangan Humas Universitas Muhammadiyah Jakarta.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Humas Perguruan Tinggi

Ilmu pengetahuan yang semakin berkembang dan perubahan disegala sisi kehidupan makin sulit diperkirakan. Perubahan ini setiap saat akan terjadi secara terus menerus dan berjalan sangat cepat. Kondisi tersebut

sangat berpengaruh terhadap lembaga pendidikan di tanah air. Baik pada lembaga pendidikan formal dari tingkat sekolah dasar sampai perguruan tinggi maupun lembaga non formal. Kondisi ini sangat menuntut lembaga pendidikan tersebut menjadi lembaga pengembangan amanat ilmu pengetahuan untuk menjawab keberadaannya secara ideal.

Permasalahan ini terkadang menjadi masalah dilematis bagi perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta dan juga bagi perguruan tinggi yang mulai subsidinya dilepas oleh Negara menjadi berstatus Badan Hukum Milik Negara. Di satu perguruan tinggi ingin dan diharapkan oleh masyarakat untuk tidak menjadi organisasi profit, tetapi di sisi lain perguruan tinggi tidak dapat dipungkiri bahwa untuk memelihara asset dan meningkatkan kualitas memerlukan biaya yang cukup tinggi.

Di samping itu ada tuntutan lain yang harus dihadapi oleh perguruan tinggi yaitu tuntutan untuk dapat tetap bertahan dan menjadi pilihan diantara perguruan tinggi lainnya sebagai implikasi munculnya atau diberikan kesempatannya perguruan tinggi untuk tumbuh oleh pemerintah di Negara kita. Melihat tantangan di atas tentang dilemma antara tuntutan untuk lebih dekan dengan lingkungan-

nya dan tuntutan untuk tetap dapat hidup dalam persaingan yang semakin ketat, maka terbukti mengelola sebuah perguruan tinggi tidaklah semudah dibayangkan.

2.2 Generic Volume Principe of Excellent

Dalam melaksanakan tugasnya, seorang Humas memiliki karakteristik masing – masing. Karakteristik Public Relations dan komunikasi dalam suatu organisasi keduanya dapat menjadikan suatu organisasi menjadi efektif. Teori ini dinamakan (Exellence Theory atau keunggulan teori) karena karakteristik merupakan sebagian besar dari program Public Relations yang disebut sebagai pelengkap bagian Humas yang unggul.

Keunggulan teori ini akan dimasukkan ke dalam teori secara luas tertuju dengan karakteristik yang unggul sebagai “Prinsip Umum” dan mengidentifikasi sepuluh prinsip Humas yang unggul. Sepuluh prinsip tersebut adalah:

1. Involvement of Public Relations in Strategic Management

Adalah keterlibatan humas dalam manajemen strategi. Dalam suatu organisasi atau lembaga, humas berperan sebagai pengatur arus komunikasi. Dengan kata lain humas yang menjalankan komunikasi didalamnya. Selain itu, Humas juga membantu mengem-

bangkan misi dan merancang tujuan dari organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Empowerment of Public Relations in the dominant coalition or a direct reporting relationship to senior management

Adalah pemberdayaan Humas dalam koalisi dominan atau hubungan pelaporan langsung ke manajemen senior. Dalam hal ini Humas bekerja sama dengan pimpinan dari suatu organisasi untuk mendiskusikan keputusan yang akan diambil untuk organisasi.

3. Integrated management function

Adalah Fungsi Manajemen Terpadu. Seorang Humas dalam organisasi menjalankan sebagai fungsi manajemen, salah satunya adalah manajemen komunikasi. Dimana seorang Humas menjadi jembatan komunikasi dalam organisasi tersebut. Hal tersebut akan berlangsung sangat efektif dan komunikasi pun berjalan dengan lancar antar bagian maupun keatasan dengan bawahan begitupun sebaliknya, bila ada satu bagian khusus yang dapat memposisikan dan menjalankan hal tersebut.

4. Public Relations is a management function separate from other function

Adalah public relations merupakan fungsi manajemen yang terpisah dari fungsi la-

in. Di beberapa organisasi, Humas dijadikan sebagai alat pendukung untuk bagian lain seperti, Marketing, Human Resources, Hukum atau Keuangan. Karena Humas menjadi bawahan bagian-bagian tersebut sehingga membuat Humas tidak dapat dikelola secara tepat.

5. Public Relations unit headed by a manager rather than a technician

Adalah Unit Hubungan Masyarakat dipimpin oleh seorang Manajer dan bukan seorang teknisi. Seorang teknisi disini bukan berarti teknisi sesungguhnya. Melainkan seorang Humas yang biasa melakukan hal-hal yang bersifat teknis dalam pekerjaannya. Oleh karena itu sebaiknya Humas dipimpin oleh seorang Manajer. Karena seorang manajer tidak hanya melakukan pekerjaan teknisnya saja bahkan semua kegiatan ia jalankan selayaknya seorang manager tanpa harus turun tangan langsung.

6. Two way symmetrical model of public Relations

Adalah dua arah model simetris hubungan masyarakat. Biasanya model ini digunakan untuk merubah sikap organisasinya. Hal ini akan membuat suatu organisasi lebih efektif dalam jangka waktu yang lama.

7. A symmetrical system of internal communications

Adalah sebuah sistem simetris komunikasi internal. Seorang pemimpin tidak hanya bertindak mengawasi jalannya organisasi juga harus memperhatikan bagian-bagian yang berada dibawahnya yang juga mendukung jalannya organisasi. Tidak semua posisi Humas berada dalam ruang lingkup sendiri melainkan disatukan dalam bagian lain didalamnya. Keberadaan tersebut tidak membuat komunikasi didalamnya berjalan efektif. Seorang pemimpin dapat mengambil tindakan dengan mendirikan sebuah divisi baru khusus yang lebih baik untuk Humas. Sehingga komunikasi pimpinan dapat langsung berhubungan dengan Humas tanpa melewati perantara.

8. Knowledge potential for managerial role and symmetrical public relations

Adalah pengetahuan potensi peran manjerial dan simetris public relations. Yang dimaksud disini adalah seorang praktisi yang mengetahui bagaimana mengelola suatu komunikasi dalam suatu fungsi yang strategic. Pengetahuan sangat penting dalam menjalankan suatu organisasi.

9. Diversity embodied in all roles

Adalah keragaman yang terkandung dalam sebuah peran. Dalam suatu organisasi atau perusahaan setiap bagian yang ada didalamnya terdiri dari berbagai macam karakteristik dan budaya yang berbeda-beda.

10. Organizational context for excellence

Adalah organisasi konteks untuk keunggulan. Dengan semua keragaman yang ada, setiap organisasi tetap berusaha untuk mempertahankan kekuatan masing-masing. Justru perbedaan itulah kekuatan dan keunggulan yang ditunjukkan oleh organisasi.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengertian penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.

Menurut Mohammad Nasir deskriptif adalah metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskriptif, gambaran. Lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-

fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode penelitian studi kasus (*case study*). Studi kasus menurut Robert Yin (1996) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multi sumber bukti dimanfaatkan.

Studi kasus dilihat dari dimensi tertentu dapat pula disebut studi *longitudinal* yang dikontraskan dengan studi *cross sectional*. Sementara itu Robert K. Yin (1996), memperkenalkan studi kasus itu lebih banyak berfokus pada atau berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan "How" (bagaimana) dan "Why" (mengapa), serta pada tingkat tertentu juga menjawab pertanyaan "What" (apa/ apakah), dalam kegiatan penelitian.

Dalam penelitian ini maka peneliti akan mendapatkan data primer melalui wawancara secara mendalam dengan para koalisi dominan di Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah – milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola,

mensitensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Setelah semua data terkumpul maka data-data tersebut dilakukan proses reduksi data, diklarifikasi untuk kemudian diambil ke-simpulannya dari rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti diawal.

Setelah peneliti memperoleh data fakta melalui berbagai teknik pengumpulan data se-perti wawancara dan kepustakaan yang dipe-roleh secara kualitatif dengan pendekatan tria-ngulasi, yaitu mencocokkan antara tiga jenis data yang menjadi data primer maupun sekun-der.

Data yang telah dikumpulkan melalui *indepth interview*, kemudian dideskripsikan dan seterusnya dianalisa. Menurut **Robert K. Yin**, triangulasi data atau triangulasi sumber data dimaksudkan agar dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan multi sumber data.

IV. HASIL PENELITIAN

1. Prinsip pertama, menurut Generic Principe, Humas memberikan kontribusi kepada management strategis untuk mengamati lingkungan, mengidentifikasi public yang dipengaruhi oleh konsekuensi dari keputusan

atau yang mungkin mempengaruhi pengambilan keputusan. Sebuah bagian Humas yang unggul, mengkomunikasikan dengan publiknya untuk memberikan masukan ke management strategis, sehingga memungkinkan untuk stakeholder untuk berpartisipasi di dalam keputusan organisasi yang mempengaruhi mereka.

Dalam hal ini Humas UMJ dilibatkan dalam manajemen strategis. Humas diikuti sertakan dalam rapat Pimpinan yang diikuti oleh Rektor, Wakil Rektor, dan masing-masing kepala Biro yang ada di UMJ, termasuk Humas. Humas juga dimintai masukan-masukan atau ide-ide yang membangun kepada koalisi dominan dalam hal ini adalah Top Management. Tetapi biasanya cenderung memberikan masukan kepada Wakil Rektor Bidang Empat.

Dengan demikian, Humas dilibatkan dalam pengambilan keputusan dalam sebuah rapat pimpinan. Sehingga Humas bisa optimal dalam pengidentifikasian publiknya.

2. Dalam Generic Prinsip yang kedua, Yang terpenting dari pemberdayaan Humas dalam koalisi dominan adalah jelas jika melihat di management strategis sebagai tempat dimana masalah organisasi penting diidentifikasi dan keputusan yang dibuat tentang bagaimana mengatasi masalah tersebut.

Biro Humas UMJ dengan bagian biro-biro lain dianggap fungsinya sama sataraf dengan Direktorat.

Dalam menjalankan program Humas, Humas UMJ sering melibatkan dan meminta bantuan dengan bagian atau biro lain. Sedangkan bila Bagian atau Biro lain menjalankan programnya masing-masing, Humas hanya dilibatkan dalam peliputan saja, untuk pekerjaan yang lain Humas jarang dilibatkan.

Humas UMJ lebih sering melakukan pelaporan langsung dengan manajemen senior tentang program yang akan dilaksanakan dan yang telah dijalankan. Untuk pemberdayaan Humas juga dilakukan dalam rangkaian acara-acara promosi. Humas menjadi Koordinator dan konseptor, sedangkan yang menjadi panitia penggerak penerimaan Mahasiswa baru adalah Biro Kemahasiswaan.

Pemberdayaan Humas UMJ dalam koalisi dominan kurang optimal, Humas lebih sering melakukan pelaporan langsung kepada Wakil Rektor bidang empat.

3. Menurut Generic Principe yang ketiga, Fungsi yang mengintegrasikan semua program hubungan masyarakat ke departemen tunggal atau menyediakan mekanisme untuk mengkoordinasi program yang dikelola oleh departemen yang berbeda, hanya dalam sebu-

ah system yang terintegrasi memungkinkan hubungan masyarakat untuk mengembangkan program-program komunikasi baru untuk mengubah publik strategis dan untuk memindahkan sumber daya dari program yang dahulu dirancang untuk public strategis untuk program-program baru.

Humas memiliki program Humas tersendiri. Biasanya Humas mengajukan konsep program di dalam rapat pimpinan, dan sekaligus membahas anggaran yang akan ditetapkan untuk alokasi untuk program Humas. Walaupun anggaran dianggap tidak mencukupi, Biro Humas hanya dapat memaksimalkan anggaran tersebut sehingga program dapat berjalan sesuai planning.

Humas Universitas Muhammadiyah Jakarta juga melakukan koordinasi dengan bagian lainnya, diantaranya dengan Wakil Rektor bidang Empat, dan Biro-biro yang setara dengan Humas. Terkait dengan kebutuhan informasi masing-masing bagian. Tetapi yang paling mendasar Humas bertanggung jawab dan mempunyai tugas melaporkan langsung kepada bagian Wakil Rektor bidang empat, dan biasanya informasi yang disampaikan berhubungan dengan Biro Kemahasiswaan, yang sasarannya lebih mengarahkan kepada calon mahasiswa.

Humas berkoordinasi dengan Wakil Rektor bidang empat dan biro Kemahasiswaan dalam hal program yang sifatnya promosi.

4. Berdasarkan Generic Principe yang keempat, Banyak organisasi yang menjalankan fungsi Humas sebagai komunikator yang menjadi alat pendukung untuk departemen lain. Jika fungsi Humas disublimasikan ke fungsi lain, tidak bisa dikelola secara strategis karena tidak bisa memindahkan sumber daya komunikasi dari satu public strategis ke yang lain.

Humas UMJ memang berdiri sendiri secara Struktural. Walaupun dengan pelabelan nama “Biro Humas dan Kerja Sama”, tanpa ada embel-embel Marketing, tetapi Fungsi Humas merangkap juga sebagai fungsi Marketing, yaitu menjalankan kegiatan promosi dan orientasinya tertuju kepada calon mahasiswa.

Humas UMJ telah berdiri sendiri. Biro Humas merangkap fungsi lain seperti marketing. Fungsi Marketing merupakan subunit dari Biro Humas, walaupun diberi nama tanpa label Marketing.

5. Generic Principe yang kelima, Unit Humas yang ideal atau unggul harus memiliki satu senior pemimpin komunikasi yang mengkonsep dan menghubungkan langsung pr-

ogram Humas, atau hubungan yang disediakan oleh anggota lain dari koalisi dominan yang memiliki sedikit pengetahuan atau tidak sama sekali tentang management komunikasi atau membangun hubungan dengan khalayak.

Humas UMJ menjalankan fungsinya sebagai fungsi PR managerial sebagai pimpinan, dan bagian staff yang lain yang berada di dalam Humas menjalankan fungsi sebagai PR teknis. Walaupun tidak dipungkiri, karena pekerjaan yang terlalu banyak dan tidak sebanding dengan SDM di Humas, maka sebagai pimpinan Humas bisa saja melaksanakan fungsi PR teknis.

Dapat dikatakan, Pimpinan Humas UMJ saat ini adalah seorang direktur. Dan beberapa kemampuan yang harus dimiliki diantaranya kemampuan berkomunikasi, menguasai dua bahasa minimal yaitu, bahasa Arab dan bahasa Inggris, mudah bergaul, mampu membaca situasi, cekatan dan tanggap terhadap isu yang dapat mempengaruhi Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Humas UMJ sudah sesuai karena dipimpin oleh seorang direktur, dengan didukung banyak kemampuan yang dimiliki, walaupun background pendidikannya bukan berasal dari Ilmu Komunikasi khususnya Public Relations atau Kehumasan.

6. Generic Principe yang keenam, Model simetris dua arah adalah upaya Humas untuk menyeimbangkan kepentingan organisasi dan publik, didasarkan pada penelitian dan menggunakan komunikasi untuk mengelola konflik dengan public strategis. Sebagai hasilnya, komunikasi simetris dua arah menghasilkan hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan publik daripada model Humas lainnya.

Model PR yang digunakan Humas UMJ adalah Public Informations, karena model ini bercirikan adanya penggunaan sarana press release, PR juga bertindak seperti wartawan, dan PR membuat newsletter, dan brosur. UMJ juga memiliki media internal yaitu UMJ News.

Komunikasi internal yang diterapkan dalam Humas maupun Universitas Muhammadiyah Jakarta adalah dua arah. Komunikasi dua arah biasa dilakukan dalam koordinasi setiap rapat maupun pertemuan-pertemuan informal, sehingga dapat mencairkan suasana. Model Komunikasi yang digunakan lebih cenderung kearah simetris. Sedangkan komunikasi eksternal cenderung satu arah melalui penggunaan media Koran, leaflet, dan website.

7. Menurut Generic Principe yang ketujuh, Program simetris umumnya dilakukan lebih etis daripada model lain dan menghasilkan efek yang menyeimbangkan kepentingan organisasi dan public dalam masyarakat. Praktisi model simetris memiliki motif campuran (mereka loyal menjadi atasan mereka dan kepada public organisasi mereka)

Tidak adanya jarak yang signifikan antara pimpinan dan atasan UMJ. Pimpinan tidak selalu terlihat eksklusif. Yang dikembangkan UMJ adalah rasa persaudaraan, dan mereka menganggap bahwa baik itu pimpinan ataupun bawahan adalah partner kerja. Keterbukaan komunikasi dalam hal penyampaian masukan atau ide-ide di Humas dan bagian-bagian lainnya sangat terbuka. Masukan yang disampaikan dan diterima ditanggapi dengan bijaksana.

Dengan demikian Tidak ada jarak antara pimpinan dan bawahan. Terlihat bahwa pembawaan pimpinan UMJ yang low profile.

8. Generic Principe yang kedelapan, Humas yang baik adalah Humas yang akan mengelola program ini dengan orang-orang yang telah mendapatkan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melaksanakan peran manajer melalui pendidikan Universitas, pendidikan berkelanjutan atau belajar sendiri.

Peran manajerial Humas Universitas Muhammadiyah Jakarta saat ini dianggap sudah baik. Didukung dengan pengetahuan dibidang kehumasannya seperti kemampuan fotografi dan Dokumentasi, mengelola acara walaupun yang dikelola adalah kegiatan promosi, pengetahuan tentang keprotokolan, berkomunikasi dengan dua bahasa, dan yang perlu dikembangkan kembali masalah sumber daya yang dibutuhkan agar lebih optimal.

Kinerja Humas UMJ dianggap telah berada di atas rata-rata yang didukung oleh pengetahuan yang dimiliki seorang yang bekerja di bidang Humas.

9. Prinsip yang kesembilan, Prinsip varietas merupakan syarat yang menunjukkan bahwa organisasi membutuhkan banyak keanekaragaman di dalam lingkungan mereka. Departemen Umum yang sangat memberdayakan laki-laki dan perempuan dalam semua peran serta praktisi dari latar belakang ras, etnik, latar belakang budaya yang beragam.

Organisasi dalam hal ini adalah Universitas Muhammadiyah Jakarta sangat menjunjung tinggi perbedaan baik Gender maupun RAS, tidak ada perbedaan perilaku satu sama lainnya. Dengan saling menghormati dan menghargai, perbedaan akan terlihat menjadi suatu persamaan dan menjadi karakter

bersama yang baik. Pekerjaan yang diberikan antara laki-laki dan perempuanpun sama, tidak ada yang dibeda-bedakan. Hal yang paling menakutkan adalah pimpinan Rektor UMJ seorang perempuan.

Dalam hal ini UMJ Menjunjung tinggi keragaman untuk kepentingan bersama, dan tidak memberlakukan Gender ataupun RAS.

10. Dan Generic Principe yang terakhir, Sejauhmana karakteristik struktur organisasi, budaya, system komunikasi, perlakuan terhadap laki-laki dan perempuan, dan kekuatan koalisi dominan memprediksi perilaku organisasi, dalam hubungan umum dan praktek di masyarakat pada khususnya. Itu sebabnya prediksi bahwa komunikator senior dalam fungsi hubungan baik dengan publik akan memiliki kekuatan dengan koalisi dominan

Universitas Muhammadiyah Jakarta menganut budaya partisipatif, karena Humas UMJ dianggap penting keberadaannya untuk memajukan dan mengangkat image UMJ. UMJ sekarang menjadi lebih baik adalah salah satu bagian dari kerja keras Humas UMJ.

Semua civitas akademik UMJ diterima dengan baik, terbukti dengan melakukan program atau kegiatan untuk menjalin hubungan dengan pegawai khususnya seperti diadakan pengajian, pertemuan informal yang tidak

terlihat kaku dan diselingi dengan bercanda. Semuanya diterima berdasarkan kemampuan, kualifikasi dan persyaratan yang memang sudah sesuai dengan apa yang telah dirumuskan Universitas.

Memelihara hubungan baik dengan civitas akademik UMJ, terutama karyawan. Ditambah dengan perlakuan yang sama antara perempuan dan laki-laki, yang terpenting adalah kualitas.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas dapat dibuatkan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Humas dilibatkan dalam manajemen strategis. Humas diikutsertakan dalam rapat Pimpinan yang diikuti oleh Rektor, Wakil Rektor, dan masing-masing kepala Biro yang ada di UMJ, termasuk Humas. Humas juga dimintai masukan-masukan atau ide-ide yang membangun kepada koalisi dominan dalam hal ini adalah Top Management.
2. Biro Humas UMJ dengan bagian biro-biro lain dianggap fungsinya sama sataraf dengan Direktorat. Dalam menjalankan program Humas, Humas UMJ sering melibatkan dan meminta bantuan dengan bagian atau biro lain. Sedangkan bila Bagian atau Biro lain menjalankan programnya ma-

sing-masing, Humas hanya dilibatkan dalam peliputan saja, untuk pekerjaan yang lain Humas jarang dilibatkan. Humas lebih sering melakukan pelaporan langsung dengan manajemen senior tentang program yang akan dilaksanakan dan yang telah dijalankan. Untuk pemberdayaan Humas dalam koalisi dominan, Humas merangkai kegiatan-kegiatan promosi berada di bawah Wakil Rektor bidang empat.

3. Humas memiliki program Humas tersendiri. Biasanya Humas mengajukan konsep program di dalam rapat pimpinan, dan sekaligus membahas anggaran yang akan ditetapkan untuk alokasi untuk program Humas. Walaupun anggaran dianggap tidak mencukupi, Biro Humas hanya dapat memaksimalkan anggaran tersebut sehingga program dapat berjalan sesuai planning. Humas juga melakukan koordinasi dengan bagian lainnya, diantaranya dengan Wakil Rektor bidang empat, dan Biro-biro yang setara dengan Humas.
4. Humas UMJ telah berdiri sendiri secara Struktural, tetapi fungsi yang dijalankan masih merangkap dengan Fungsi promosi dengan tujuan sasaran adalah calon mahasiswa.

5. Humas UMJ menjalankan fungsinya sebagai fungsi PR managerial sebagai pimpinan, dan bagian staff yang lain yang berada di dalam Humas menjalankan fungsi sebagai PR teknis. Walaupun tidak dipungkiri, karena pekerjaan yang terlalu banyak dan tidak sebanding dengan SDM di Humas, maka sebagai pimpinan Humas bisa saja melaksanakan fungsi PR teknis. Pimpinan Humas UMJ adalah seorang direktur dengan didukung beberapa kemampuan di bidang kehumasan, walaupun background pendidikan bukan berasal dari disiplin Kehumasan.
6. Model PR yang digunakan Humas UMJ adalah Public Informations, karena model ini bercirikan adanya penggunaan sarana press release, PR juga bertindak seperti wartawan, dan PR membuat newsletter, dan brosur. UMJ juga memiliki media internal yaitu UMJ News. Komunikasi internal yang diterapkan dalam Humas maupun Universitas adalah dua arah, melalui koordinasi setiap rapat maupun pertemuan-pertemuan informal. Sedangkan untuk komunikasi keluar cenderung satu arah dengan menggunakan media Koran, leaflet sebagai penyampaian informasi.
7. Tidak ada jarak antara pimpinan dengan bawahan. Humas memberikan keterbukaan kepada karyawannya untuk memberikan masukan-masukan atau ide-ide yang membangun.
8. Peran manajerial Humas dan kinerja Humas saat ini dianggap sudah baik, didukung dengan pengetahuan dibidang kehumasannya, dan perlu ada perbaikan terhadap fungsi dan sumber daya guna menunjang kegiatan Humas.
9. Universitas Muhammadiyah Jakarta sangat menjunjung tinggi perbedaan baik Gender maupun RAS, tidak ada perbedaan perilaku satu sama lainnya. Pekerjaan yang diberikan antara laki-laki dan perempuanpun sama, tidak ada yang dibeda-bedakan.
10. Universitas Muhammadiyah Jakarta menganut budaya partisipatif, karena Humas UMJ dianggap penting keberadaannya untuk memajukan dan mengangkat image UMJ. UMJ sekarang menjadi lebih baik adalah salah satu bagian dari kerja keras Humas UMJ. Semua civitas akademik diterima dengan baik, Semuanya diterima berdasarkan kemampuan, kualifikasi dan persyaratan yang memang sudah sesuai dengan apa yang telah dirumuskan Universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Ida Anggraeni. 2004. *Public Relations Perguruan Tinggi*. Perhumas.
- Ananto, Elizabeth Goenawan. 2004. *Public Relations sebagai koalisi yang dominan, mungkinkah?*. Perhumas.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cutlip, Scott M. dan Allen H. Center. 1982. *Effective Public Relations*.
- Dennis, Mc Quail, dan Sven Windahl. 1985. *Model-model Komunikasi, Trans. Putu Laxman S. Pandit*. Jakarta: UniPrimas.
- Djuarsa, Sasa. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi II*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Grammer, Eric Mathew. 2005. Master Of Arts Thesis.
- Grunig, James. 1992. *An Exploration Of The Generic Principles Of Public Relations Excellence In Australia, Italy, Mauritius and Uganda*.
- Heart, Pearl L. 2003. *Tip dan Strategi Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Pt. Prestasi Pustakarya.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 2004. *Public Relations Edisi V*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, dan Aplikasinya*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nawawi, Hadari. 1985. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial dan Agama*. Bandung: PT Remaja Ros-dakarya.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Tamin, Indrawadi. 2004. *Fakta dan Kendala fungsi strategis public relations dalam membangun reputasi organisasi*. Perhumas.
- Widjaja, A. W. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.