

Strategi Hubungan Masyarakat Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI) Dalam Membentuk Citra Positif

¹Susilowati, ²Dhefine Armelsa, ³Duneti

¹Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
e-mail: 1susilowati.ssi@bsi.ac.id

²Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia
e-mail: 2dhefine.dfm@nusamandiri.ac.id

³Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
e-mail: 3duneti.18@gmail.com

ABSTRAK

Sebuah perguruan tinggi tidak terlepas berbagai kasus khususnya pada program Pascasarjana sangatlah penting untuk selalu menjaga citra karena berkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas yang dimiliki oleh sebuah institusi pendidikan. Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia yang mengharuskan membuat strategi dalam meningkatkan citra positif. Konsep yang digunakan dalam menganalisa strategi Hubungan Masyarakat yang dinyatakan Cutlip Center, dan Broom. Tujuan penelitian mengetahui strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra dengan program Media Relations. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi nonpartisipan dengan melakukan pengambilan data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini Strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra positif pada kegiatan program media relations disetiap kegiatannya dapat membangun citra positif sesuai dengan tujuan dilakukannya strategi public relations dengan melakukan empat tahapan strategi komunikasi yaitu Mendefinisikan masalah, Perencanaan dan pemrograman, Mengambil tindakan dan berkomunikasi, Evaluasi program.

Kata kunci: Strategi Humas, Media Relations dan Citra.

ABSTRACT

A university cannot be separated from various cases, especially in the Postgraduate program, it is very important to always maintain an image because it is related to public trust in the quality possessed by an educational institution. Public Relations of the Postgraduate School of Administrative Sciences at Mandala Indonesia which requires making a strategy to improve a positive image. The concept used in analyzing the Public Relations strategy stated by Cutlip. The purpose of the study was to determine the Public Relations strategy of the Postgraduate School of Administrative Sciences at Mandala Indonesia in improving the image with the Media Relations program. In this study using a qualitative approach and descriptive methods. Data collection techniques used in this study were interviews, non-participant observations by taking primary and secondary data. The results of this study are the Postgraduate Public Relations Strategy of the Mandala Indonesian College of Administrative Sciences in increasing a positive image in media relations program activities in each of its activities can build a positive image in accordance with the objectives of the public relations strategy by carrying out four stages of communication strategies, namely defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, Program evaluation.

Keyword: Public Relations Strategy, Media Relations and Image.

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat (humas) berada pada posisi sebuah perusahaan sudah mengalami pergerakan menuju ke tujuan yang dapat dikatakan lebih dinamis, dikarenakan dapat berfungsi menjadi sebuah bagian yang mempunyai kepentingan dalam sebuah manajemen dalam sebuah fungsi dari manajemen.

Humas di dalam kegiatannya melakukan fungsi dari manajemen yang memiliki ciri dari kegiatan yang di programkan dan juga dilakukan dengan cara keberlanjutan oleh perusahaan dan juga sebuah lembaga baik lembaga pemerintahan maupun swasta digunakan guna mendapatkan dan juga menjalin hubungan yang saling memahami, pengertian dan juga mendukung

perusahaan atau lembaga tersebut mempunyai keterkaitan cara melakukan evaluasi akan pendapat dari masyarakat guna memperoleh hubungan kebijakan untuk terpenuhinya kepentingan bersama yang lebih baik yang terencana dan disebarluaskan.

Kemudian Cutlip juga menyatakan bahwa Hubungan Masyarakat pada umumnya berfungsi sebagai bagian manajemen yang dapat memberikan penilaian terhadap sikap dari publiknya, memberikan identifikasi akan kebijakan serta tata aturan seseorang ataupun sebuah perusahaan untuk kepentingan dari masyarakatnya, juga membuat sebuah perencanaan dan melakukan sebuah program kegiatan guna tercapai dukungan yang diberikan oleh masyarakatnya".(Suminar, Soemirat, & Ardianto., 2015)

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai sebuah kegiatan-kegiatan yang akan direncanakan pada masa yang akan datang. Rencana tersebut merupakan sebuah strategi dari sebuah perusahaan yang sudah dibuat perencanaannya secara matang dan terencana dengan baik. Perencanaan yang telah dibuat ini akan dapat berjalan dengan baik berkat adanya strategi yang tepat dan baik pula.

Humas menurut Frank Jefkins menunjukkan bahwa pengertian akan humas bukan saja sebagai alat untuk membentuk sebuah citra.(Jefkins, 1996)

Sehingga dalam kegiatan dari Public Relations yaitu external relations merupakan sebuah kegiatan yang diarahkan pada pihak eksternal perusahaan, contohnya pihak pers, pemerintahan, juga dan public yang berada di luar dari organisasi yang sangat membutuhkan informasi dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Definisi citra menurut Renald Kasali yang dikutip Iman dalam (Purba, 2017) dalam yaitu kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut citra menunjukkan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.

Menciptakan citra yang positif yang merupakan prestasi, reputasi sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas Public Relations di dalam melaksanakan manajemen kehumasan pada suatu lembaga dan produk yang diwakilinya.(Ruslan, 2010)

Demikian pula dengan sebuah perguruan tinggi sangatlah penting untuk selalu menjaga *image* atau citra karena mempunyai keterkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas yang dimiliki oleh sebuah institusi pendidikan. Dengan demikian citra yang positif akan dapat dicapai sekalipun perguruan tinggi yang telah mengelolanya dengan acuan dan juga konsep *good university governance*. Maka dengan adanya citra yang positif akan dijadikan sebuah nilai tambah untuk banyaknya calon dari mahasiswa yang akan masuk mengenyam pendidikan pada perguruan tinggi tersebut sesuai dengan pilihan mereka.

Akan tetapi citra positif tidak mungkin di dapatkan dengan cara yang langsung terwujud dengan waktu yang sama dengan terbentuknya kualitas serta pengelolaan yang baik, sehingga harus diusahakan dan direncanakan dengan mengelola aspek komunikasi dengan pendapat dari masyarakat.

Demikian pula dengan perguruan tinggi tidak akan terlepas dengan berbagai kasus yang terjadi seperti yang dialami oleh perguruan tinggi yang mengelola jenjang khusus yaitu Pascasarjana dimana masih dikatakan lemah di dalam penanganan perguruan tinggi dan pemerintah karena dalam persaingan sebuah perguruan tinggi citra merupakan prioritas paling utama. Oleh sebab itulah peran dan fungsi Humas sangat berperan penting dalam kemajuan dari setiap instansi maupun perusahaan. Hal ini dikarenakan kelangsungan instansi maupun perusahaan merupakan tugas dari Humas dan Humas menjalankan tugas serta fungsinya dalam menjaga stabilitas perusahaan maupun instansi tersebut.

Perguruan tinggi khususnya Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dimana tugas utamanya adalah memberikan ilmu tentunya dengan proses melalui komunikasi, yaitu dengan menyebarkan informasi kepada publik, termasuk pembentukan citra adalah program Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia selain membina hubungan baik dengan public eksternal juga harus terus melakukan upaya terobosan untuk membangun citra perguruan tinggi Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia.

Peranan dari media suatu hal yang sangat penting dan vital dalam suatu kegiatan publisitas ataupun untuk meningkatkan citra, oleh sebab itulah, Humas/Public Relations hubungan yang sifatnya simbiosis mutualisme kepada media perlu dibangun. Hubungan yang dapat memberikan keuntungan dan akan memberikan dampak yang positif pada Public Relations dan juga media, dan dengan adanya media relations dapat membangun citra yang sangat positif.

Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif dimata masyarakat dengan menggunakan media relations.

Pada penelitian ini menggunakan konsep dari strategi Hubungan Masyarakat yang dinyatakan oleh Cutlip, Center, dan Broom (Broom & Sha, 2013), Strategi Public Relations untuk menciptakan citra dari sebuah organisasi dapat melakukan empat tahapan dalam proses menyelesaikan permasalahan atau membentuk berbagai kemungkinannya, yaitu:

1. Mendefinisikan masalah.
Pada tahapan ini perusahaan mengumpulkan dan memeriksa beberapa informasi seperti pengetahuan, opini, perikaku, dan yang mempunyai keterkaitan dengan prosedur dan kebijakan dari sebuah organisasi. Dengan maksud menciptakan landasan dasar untuk tahapan keseluruhan dalam menyelesaikan permasalahan pembangunan citra.
2. Perencanaan dan pemrograman.
Berbagai informasi yang telah didapatkan pada tahapan pertama guna mengambil sebuah kebijakan mengenai pemangku kepentingan, arah yang jelas, aksi dan strategi komunikasi, taktik serta apa yang menjadi tujuan secara umum. Sehingga apa yang di dapat pada tahapan pertama dimasukkan kedalam sebuah program dan keputusan dari perusahaan.
3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi.

Pada tahapan ini, program dalam sebuah tindakan dan komunikasi yang ditujukan untuk meraih tujuan yang jelas untuk publiknya sebagai syarat untuk mewujudkan tujuan secara umum dari program yang dijalankan.

4. Evaluasi program.

Pada tahapan ini, implementasi serta apa yang telah dihasilkan dari pelaksanaan program akan dievaluasi. Disesuaikan dengan feedback dari berhasil dan tidaknya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas dimana Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia mendapatkan sebuah pemberitaan negatif dikarenakan melakukan kelas domisili diluar kampus sehingga menimbulkan kontroversi dan menimbulkan sebuah keresahan dari lembaga dan mengakibatkan penurunan mutu pendidikan dan diharuskan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia harus berbenah diri berusaha untuk meningkatkan citra pada masyarakat maka diperlukanlah sebuah strategi humas yang sesuai dengan kondisi dari perguruan tinggi tersebut.

Rumusan Masalah yang dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif ?
2. Bagaimana program Media Relations sebagai Strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif ?

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif
2. Untuk Mengetahui program Media Relations sebagai Strategi Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif

Pada penelitian ini sebagai studi literature yang sesuai dengan apa yang menjadi peneitian adalah sebagai berikut; Humas menurut Edward L. Berney dalam Morissan "Mendefinisikan Humas sebagai *inducing the public to have understanding for and goodwill* (membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik)". (Susilowati, 2017)

Menurut Effendy dalam (Susilowati, 2017) Public relations mempunyai dua aspek yang mempunyai kekekatan dan mempunyai sifat yang hakiki. Apabila tidak terdapat kedua aspek tersebut, maka perusahaan ataupun kegiatan tersebut bukanlah sebagai public relations. Kedua aspek yang penting didalam public relations tersebut adalah:

1. Sasaran dari public relations yaitu publik intern (*internal public*) dan juga publik ekstern (*external public*). Publik intern yaitu sekumpulan orang yang ada dalam suatu perusahaan, keseluruhan dari karyawan yang diawali dari staf hingga karyawan yang berada dibawahnya. Sedangkan untuk publik ekstern merupakan sekumpulan orang yang ada diluar dari suatu perusahaan dan memiliki hubungan bahkan yang mempunyai harapan untuk memiliki hubungan. adalah

orang-orang yang berada di luar organisasi yang ada hubungannya dan yang diharapkan ada hubungannya.

2. Kegiatan didalam public relations yaitu terjalannya komunikasi dalam dua arah secara timbal balik (*reciprocal two way traffic communication*). Public relations menjalankan komunikasi secara dua arah kepada publik intern dan publik ekstern untuk menyampaikan informasinya. Komunikasi dua arah ini mempunyai tujuan untuk melihat opini dari publiknya mengenai perusahaan dari Public Relations itu sendiri. Dengan demikian apabila hasil yang diperoleh dari opini public pada citra perusahaan negative, maka Public Relations wajib untuk melakukan perubahan dan meningkatkan menjadi positif.

Strategi yang diungkapkan oleh Glueck dan Jauch, (Glueck & Jauch., 2016) yaitu Perencanaan yang dikumpulkan, perluasan dan berintegrasi dihubungkan dengan strategi dari sebuah organisasi dengan lingkungan yang menantang dan dibangun guna kepastian akan tujuan yang utama dari sebuah perusahaan untuk dapat diraih dengan ketepatan dalam melakukan pelaksanaan dari perusahaan.

Strategi Public Relations menurut Ahmad S. Adnanputra (Ruslan, 2010) bahwa "Alternatif Pilihan sebagai pilihan yang diambil untuk menuju pencapaian dari public relations pada acuan dari sebuah perencanaan public relations (*public relations plan*). Maka pandangan yang berlainan dari Public Relations merupakan fungsi dari strategi pada manajemen yang melaksanakan sebuah komunikasi untuk mengeluarkan sebuah pemahaman serta penerimaan dari public relations".

Media relations menurut Lesly dalam buku media relations (Darmastuti, 2012). menjelaskan bahwa "media relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau respons kepentingan media terhadap organisasi".

Citra sebuah perguruan tinggi bukan merupakan aktivitas jangka pendek dalam menghadapi suatu permasalahan, tetapi pencitraan merupakan proses jangka panjang yang berkelanjutan. Maka dari itu Public Relations memerlukan program yang tepat dan proaktif dalam menyampaikan pesan kepada publik.

Dimana definisi dari citra itu sendiri menurut (Irianto, 2010). pengertian citra dijelaskan sebagai berikut Jefkins dalam bukunya Public Relations Technique, citra adalah "kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman".

Sedangkan Menurut Bill Canton dalam Soemirat dan Ardianto yang telah dikutip oleh (Susilowati, 2017) "*Citra adalah image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a conciously created created impression of an object, person or organization*" (Citra yaitu persepsi, anggapan, serta penggambaran ajan perusahaan dari publiknya; persepsi yang memang sengaja tercipta dari sebuah objek, seseorang ataupun perusahaan)".

METODOLOGI

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, dimana Penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller dalam (Moleong, 2013) mendefinisikan bahwa pnrnlitian kualitatif yaitu sebuah

tradisi eksklusif dari suatu ilmu pengetahuan sosial dengan cara mendasar tergantung pada pengamatan manusia dalam suatu wilayahnya sendiri serta terdapat adanya hubungan dengan orang-orang tersebut. Maka dalam penelitian ini melakukan penjelasan dari strategi humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif.

Teknik disalam mengumpulkan datanya menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah:

1. Wawancara,

Maksud dengan dilakukannya wawancara sesuai dengan yang diungkapkan Lincoln dan Guba dalam (Moleong, 2013), diantaranya melakukan konstruksi tetentang seseorang, suatu peristiwa, perusahaan, perasaan, animo, permintaan, serta perhatian; melakukan konstruksi kembali pada kelengkapan dan integritas yang telah dialami sebelumnya, menduga kelengkapan dan integritas yang diharapkan untuk masa yang akan datang, melakukan verifikasi, melakukan perubahan, melakukan perluasan dari informasi yang didapat dari seseorang yang lainnya, baik manusia atau bukan dari manusia (triangulasi); dan melakukan verifikasi dalam melakukan perubahan dan perluasan dari konstruksi yang dikembangkan oleh seorang peneliti dalam melakukan cek anggota.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara semi berstruktur yaitu suatu jenis dari wawancara yang masuk kedalam kategori *in-dept interview*, dan pada pelaksanaannya lebih leluasa bila dibandingkan dengan menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara dengan jenis ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan suatu permasalahan yang lebih transparan, apabila menginginkan pendapat, dan juga ide-ide yang diperoleh dari pihak informan. Pada pelaksanaan wawancara, seorang peneliti memerlukan untuk mendengarkan dengan cermat, serta melakukan pencatatan apa yang diungkapkan oleh informan oleh (Sugiono, 2017),

Didalam penelitian ini peneliti melakukan teknik dalam mengumpulkan data primer yang didapat dari hasil wawancara secara semistruktur pada salah satu staf Humas STIAMI, serta studi literature yang diperoleh dari beberapa dokumen resmi seperti yang dikeluarkan oleh pihak Sekolah Pascasarjana STIAMI serta penulis melakukan penelusuran di internet yang tepat dengan apa yang tercakup pada pembahasan pada penelitian ini. studi dokumen resmi, Pengumpulan dengan menggunakan data sekunder didapat dari studi pustaka yang berasal dari berbagai buku-buku dan artikel jurnal yang sesuai dengan apa yang diteliti yaitu buku dan artikel jurnal mengenai Kehumasan.

2. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2017), adalah suatu kegiatan dalam memuat penelitian pada suatu objek. Bila melihat dari proses yang dilakukannya dalam mengumpulkan data, maka observasi dibedakan kedalam observasi partisipan dan non partisipan Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan, dimana penulis tidak ikut dalam kegiatan tersebut, akan tetapi dengan cara melakukan wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumen menurut Sugiyono (2017) yaitu sebuah catatan dalam kejadian yang telah terjadi. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, ataupun karya-karya dari seseorang yang mempunyai sejarah penting dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan contohnya sebuah catatan harian, biografi, histori dari sebuah kehidupan (*life histories*), kriteria peraturan, kebijakan. Dokumen dalam bentuk karya seperti karya seni yang berbentuk gambar, patung ataupun film dan lainnya.

Studi dokumen dapat diartikan sebagai pelengkap dari metodr yang dilakukan sebekumnya yaitu observasi dan juga metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Yaitu mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk suatu penelitian yang kemudian di telaah dengan cermat sehingga dapat dijadikan sebagai data pendukung dan pembuktian dari suatu kejadian. Dan alat dari dikumentasi ini dapat berupa hasil dari wawancara penulis dengan nara sumber atau *informan* dan *key informan*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melihat bahwa Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia adalah menunjang manajemen dalam mencapai tujuan dalam sebuah organisasi dengan komunikasinya sebagai kegiatan utamanya Sasaran kegiatan Humas adalah publik internal dan eksternal salah satunya publik eksternal adalah pers sebagai mediator yang menyajikan informasi dari berbagai kegiatan yang dilakukan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia sehingga tercipta kembali citra yang baik dengan publiknya.

Pada penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan temuan yang didapat dari hasil wawancara mengenai Strategi Public Relations Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan citra yang positif dengan menganalisa dari empat tahapan dalam proses menyelesaikan permasalahan atau membentuk berbagai kemungkinannya yang dikeluarkan oleh Cutlip, Center, dan Broom (Broom & Sha, 2013), yaitu:

1. Mendefinisikan masalah.

Pada tahap ini diperoleh dari hasil wawancara didapatkan fakta bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dimana pemberitaan negatif melakukan kelas domisili diluar kampus yang menimbulkan kontroversi sehingga menyebabkan sebuah keeresahan dari lembaga dan mengakibatkan penurunan mutu pendidikan dan diharuskan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia harus berbenah diri.

Permasalahan berikutnya dalam kondisi kecendrungan yang terjadi pada masyarakat di Indonesia untuk memilih perguruan tinggi negeri dari pada perguruan tinggi swasta sehingga kompetensi lulusan perguruan tinggi swasta khususnya Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia masih rendah akibat persaingan pada pasar tenaga internasional.

Dengan permasalahan tersebut membutuhkan sebuah langkah yang dapat memecahkan permasalahan khususnya dengan pembangunan citra dari STIAMI

2. **Perencanaan dan program.**

Apabila melihat permasalahan yang terjadi pada Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala, maka membutuhkan sebuah langkah dan upaya untuk membentuk sebuah citra yang baik. Selain melakukan kegiatan dalam bidang akademik seperti seminar-seminar, rapat dan juga kunjungan ke beberapa instansi sebagai langkah membangun komunikasi, juga diperlukan sebuah media, guna memanfaatkan media massa guna membangun citra baik media cetak maupun media elektronik. Media massa menjadi pilihan yang tepat dikarenakan media massa dianggap mempunyai peran yang besar dalam penciptaan citra realitis (*image reality*).

Program Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam rangka membangun citra melakukan sebuah strategi yaitu melakukan jalinan komunikasi dengan cara melakukan media relations dengan pendekatan secara personal dalam berbagai program yang dilaksanakan.

Sedangkan taktik yang dilakukan oleh Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia di dalam meningkatkan hubungan baik dengan media massa sebagai mitra dilakukan dengan cara:

a. *Press release*

Humas Pascasarjana aktif memberikan draf berita kepada pers seperti kegiatan-kegiatan acara seminar, wisuda, atau kegiatan mahasiswa lainnya, adapun pengiriman draf tersebut dapat melalui fax, email atau saling kontak untuk bertemu.

b. *Press luncheon*

Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia sering mengadakan acara jamuan-jamuan seperti acara halal bihalal, dies natalis atau acara sarasehan lainnya dan para wakil media diturut sertakan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu langsung dengan top manajemen lembaga seperti direktur Program Pascasarjana guna mendapatkan informasi perkembangan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia.

c. Wawancara pers

Pertemuan antara pejabat Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dengan pers untuk menggali informasi mengklarifikasikan permasalahan-permasalahan yang ada di Pascasarjana dan program yang akan/telah dilakukan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia.

3. **Mengambil tindakan dan berkomunikasi.**

Pada pelaksanaan dari program Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia setelah dilakukannya perencanaan dan juga pemrograman, maka dilakukan tindakan dengan mengundang beberapa media untuk pelaksanaan media relations diantaranya:

a. Media komunikasi antar personal atau media yang digunakan dalam komunikasi antara orang seperti telepon, surat, email, *faximail* dan sebagainya.

b. Media komunikasi massa atau media yang dipakai dalam kegiatan media relations seperti surat kabar Radar Bekasi, Tabloid Senayan, Actual.com.

4. **Evaluasi program.**

Sesuai dengan hasil yang diperoleh dari wawancara dengan key informan yaitu program media relations Humas Pascasarjana dalam membangun citra positif dapat dikatakan berhasil apabila dilihat berdasarkan tolak ukur sebagai berikut:

Tabel 1. Evaluasi program

Program	Tujuan	Indikator
Publikasi atau pemberitaan positif lembaga pascasarjana	Respon positif dari publik dan pers melalui kegiatan <i>media relations</i>	Media meliput acara Kegiatan di masukan ke topik utama Pesan sampai ke public
Melakukan pelayanan ke media	Terjadi ikatan emosional dengan pers sehingga Humas muda kerjasama dengan pers	Humas dan pers bekerjasama dalam menyediakan materi seperti acara wawancara pers atau temu pers Setiap ada kegiatan mahasiswa kerap pers diundang Mengirim setiap kegiatan-kegiatan terbaru mahasiswa seperti <i>prease release</i>
Pejabat Pascasarjana mengadakan jamuan <i>press luncheon</i>	Membina hubungan baik membangun Citra lembaga	Kehadiran pers Terjalin hubungan yang harmonis Membangun hubungan personal yang kokoh

Program media relations yang dilaksanakan Humas/Public Relations Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia adalah dengan melihat perkembangan perperiode dengan melihat laporan Humas dalam setiap kegiatan-kegiatan dengan memantau setiap bulannya dengan melihat seberapa besar dan seberapa banyak pemberitaan yang dimuat oleh media mengenai Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dan melihat pada keseluruhan program yang telah di jalankan Humas/Public Relations Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia.

Program Media Relations yang dilakukan dan dilaksanakan Humas/Public Relations Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dirasakan sangat efektif. Hal ini dikarenakan dengan adanya media yang dilibatkan dalam setiap kegiatan yang dilakukan pihak Pascasarjana STIAMI maka dapat membantu menyebarkan berbagai informasi yang positif mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh STIAMI. Sehingga dengan adanya kegiatan program media relation ini dapat membangun citra positif sesuai dengan tujuan dilakukannya strategi public relations yaitu sebagai upaya lembaga untuk berusaha mencapai tujuan dan menjaga prestasi dan reputasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa mengenai Strategi Hubungan Masyarakat yang dilakukan oleh Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia sangatlah penting dalam menghadapi berbagai

permasalahan yang dihadapinya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. dalam strategi humas yang dilakukan Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia tersebut melalui 4 tahapan, yaitu:
 - a. Mendefinisikan masalah
Didapatkan fakta bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia yaitu; a. pemberitaan negatif yang diakibatkan oleh kelas domisili diluar kampus yang menimbulkan kontroversi sehingga menyebabkan sebuah keeresahan dari lembaga dan mengakibatkan penurunan mutu pendidikan dan kompetensi lulusan perguruan tinggi swasta khususnya Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia masih rendah yang mengharuskan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia harus berbenah diri guna meningkatkan citra yang positif .
 - b. Perencanaan dan pemrograman
Program Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam rangka membangun citra yang positif melakukan sebuah strategi dengan melakukan komunikasi dengan media yaitu kegiatan media relations dengan pendekatan secara personal dalam berbagai program yang dilaksanakan.
Sedangkan taktik yang dilakukan oleh Humas Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia dalam meningkatkan hubungan baik dengan media massa sebagai mitra dilakukan dengan cara: seringnya mengirimkan Press release pada berbagai media dalam setiap kegiatan yang dilakukamn, *Press luncheon* yaitu seringnya mengadakan acara dan melibatkan para wakil media untuk dapat menjalin hubungan baik dan juga memperoleh informasi perkembangan Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia,
 - c. Mengambil tindakan dan berkomunikasi dilakukan dengan mengundang beberapa media untuk hadir dalam pelaksanaan media relations
 - d. Evaluasi program program media relations Humas Pascasarjana dalam membangun citra positif dapat dikatakan berhasil dan efektif dengan cara menyampaikan berita dengan melakukan penyusunan draf materi-materi publikasi, yang kemudian disebarakan dalam bentuk press release keseluruh rekan media dengan menyertakan pula foto-foto.

Saran:

1. Strategi Humas yang dilakukan oleh Humas/Public Relations Pascasarjana yaitu dalam kegiatan dan Program media relations yang dilaksanakan jangan sampai berhenti sampai disini setelah masalah dianggap cukup selesai, akan tetapi harus terus dilanjutkan untuk jangka panjang.
2. Pembentukan citra Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia tidak cukup dengan

komunikasi langsung dengan berbagai elemen masyarakat, misalkan saat melakukan seminar-seminar, rapat atau kunjungan ke instansi-instansi jika itu yang dilakukan jangkauannya masih terbatas. Karena yang lebih efektif dalam membangun citra dengan memanfaatkan media massa, media cetak maupun elektronik.

REFERENSI

- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11th ed.). Retrieved from https://wartafeminis.files.wordpress.com/2020/07/glen-m.-broom_-bey-ling-sha-cutlip-and-centers-effective-public-relations-pearson-college-division.pdf
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. In *SAGE Publication*.
- Glueck, W. F., & Jauch., L. R. (2016). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (7th ed.). Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Jefkins, F. (1996). *Public Relations* (4th ed.; S. Agung & Y. Sumiharti, Eds.). Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (31st ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purba, R. P. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul). *JOM FISIP*, 4(1). Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/119365-ID-pengaruh-citra-perusahaan-terhadap-loyal.pdf>
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suminar, J. R., Soemirat, S., & Ardianto., E. (2015). Dasar-dasar Komunikasi Organisasional: Pengertian, Ruang Lingkup, dan Peranan Komunikasi. In *SKOM4329 Universitas Terbuka*. Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/4501/2/SKOM4329-M1.pdf>
- Susilowati. (2017). Kegiatan Humas Indonesia Bergerak Di Kantor Pos Depok II Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Publik Eksternal. *Repository Universitas Bina Sarana Informatika (RUBSI)*, 47–54.