

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Telkom University merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki peringkat dan citra yang baik di Indonesia. Meskipun belum lama berdiri, pada klasterisasi Perguruan Tinggi Indonesia yang diadakan oleh Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi (kemenristekdikti) pada Agustus 2019, Telkom University berhasil menempati peringkat pertama untuk Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia. Sedangkan jika disandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri, Telkom University berada dalam peringkat ke 14. Menurut penilaian Kemenristekdikti, Telkom University berhasil menempati peringkat pertama Perguruan Tinggi Swasta karena unggul pada jumlah akreditasi program studi, dimana 70% program studi sudah terakreditasi A dan 59% terakreditasi internasional. Peringkat Telkom University pada tahun 2019 ini bisa dibilang meningkat drastis dibandingkan dengan tahun 2018. Pada Tahun 2018, Telkom University berhasil mendapat peringkat ke-3 untuk Perguruan Tinggi Swasta dan hanya berhasil mencapai peringkat ke-33 jika dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri.

Telkom University Peringkat Pertama PTS di Indonesia

Koran Sindo
Kamis, 22 Agustus 2019 - 10:52 WIB



Telkom University Peringkat 1 PTS di Indonesia. (Istimewa).

Gambar 1.1

Artikel Telkom University

Sumber: <https://nasional.sindonews.com/read/1432277/144/telkom-university-peringkat-pertama-pts-di-indonesia-1566445944> (diakses pada 1 November 2019 pukul 18.22)

Selain itu, menurut peringkat Webometrics pada tahun 2019, Telkom University menempati peringkat 15 jika dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sekaligus menjadi peringkat pertama jika dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) lainnya. Webometric adalah situs pemeringkatan Perguruan Tinggi seluruh dunia. Dilansir dari www.ubaya.ac.id oleh Abadi, Webometrics adalah bagian dari *Cybermetrics Lab* milik lembaga penelitian terbesar di Spanyol yaitu *Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)*. *Cybermetrics Lab* merupakan lembaga penelitian yang berfokus pada penelitian kuantitatif internet dan web content. Tujuan dari penelitian ini adalah memotivasi perguruan tinggi untuk memanfaatkan internet dan website sebagai media promosi dan publikasi serta dapat memberikan cerminan dari perguruan tinggi itu sendiri. (sumber: www.ubaya.ac.id. Diakses pada 14 Oktober 2019 pukul 14.55).

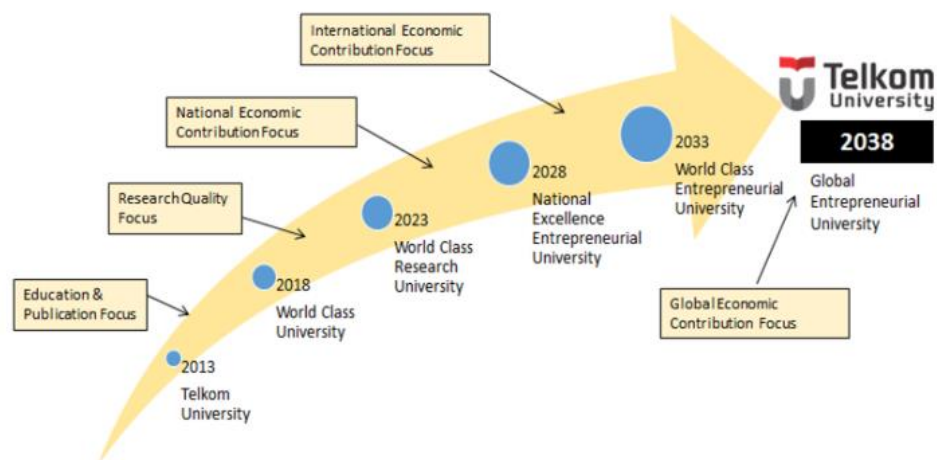
Indonesia							
ranking	World Rank	University	Det.	Presence Rank*	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank*
1	771	Universitas Indonesia	👉	121	499	976	1420
2	853	Universitas Gadjah Mada	👉	23	562	846	1758
3	862	Institut Teknologi Bandung / Institute of Technology Bandung	👉	192	705	1158	1443
4	1221	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	👉	576	913	1602	2032
5	1236	Institut Pertanian Bogor / Bogor Agricultural University	👉	114	906	1208	2287
6	1295	Universitas Brawijaya	👉	216	624	1494	2720
7	1319	Universitas Sebelas Maret UNS Surakarta	👉	320	440	1833	2988
8	1659	Universitas Syiah Kuala	👉	722	1409	1989	2502
9	1716	Universitas Airlangga	👉	145	949	1613	3321
10	1878	Universitas Sumatera Utara	👉	187	3403	1800	2245
11	1887	Universitas Hasanuddin	👉	932	1880	2020	2777
12	1974	Universitas Diponegoro	👉	14	722	8602	2326
13	2344	Universitas Andalas	👉	596	1763	2287	3704
14	2479	Universitas Jember	👉	552	2122	2090	3811
15	2488	Telkom University / Universitas Telkom	👉	618	835	8602	2951
16	2558	Universitas Pendidikan Indonesia	👉	456	711	8602	3272
17	2589	Universitas Negeri Semarang	👉	654	2470	1990	3853
18	2612	Universitas Sriwijaya	👉	545	1969	2285	4090
19	2704	Universitas Padjadjaran Bandung	👉	740	1162	8602	2971
20	2714	Universitas Jenderal Soedirman	👉	1042	2954	2329	3779

Gambar 1.2
Peringkat Perguruan Tinggi Indonesia Berdasarkan Webometrics
Sumber: www.webometrics.info (Diakses pada 17 Oktober 2019 pukul 14.23)

Sejak berdiri pada tahun 2013, Telkom University memiliki target untuk menjadi *World Class University* dan tentunya berusaha membangun citra di mata publik sebagai *World Class University*. Namun, Telkom University

bukanlah satu-satunya perguruan tinggi yang memiliki *title World Class University* di Indonesia. Banyak perguruan tinggi lain baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang memosisikan sebagai perguruan tinggi berkelas dunia atau *World Class University*. Oleh sebab itu, Telkom University berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas universitas, baik melalui pendidikan maupun sarana dan pra-sarana. Salah satu usaha Telkom University untuk meningkatkan kualitas adalah dengan melanjutkan visi misi dari Telkom University.

Pada saat ini, Telkom University memiliki visi “*To be a research and entrepreneurial university in 2023, which actively involves the development of technology, science and art with information technology-based*”. Berdasarkan visi tersebut dapat dilihat bahwa Telkom University memiliki target untuk menjadi *Research and Entrepreneurial University* di tahun 2023, hal ini sesuai dengan rencana jangka panjang Telkom University yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.3

Rencana Strategis Telkom University

Sumber: <https://telkomuniversity.ac.id/wp-content/uploads/2019/01/v.36-Draft-Renstra-2019-2023.pdf> (diakses pada 17 Oktober 2019 pukul 14.30)

Dalam rangka mencapai target sebagai *Research and Entrepreneurial University*, Telkom University dituntut untuk berperan aktif dalam dalam pengembangan teknologi, sains dan seni berbasis teknologi informasi. Selain itu, Telkom University memberikan mata kuliah dasar kewirausahaan di setiap jurusan, memberikan seminar entrepreneurship, dan mengadakan Pameran

Pasar Kreatif demi menciptakan lulusan yang memiliki pengalaman dalam bidang kewirausahaan. Usaha Telkom University untuk menjadi *Research and Entrepreneurial University* telah membuahkan hasil, ini dibuktikan dengan pencapaian Telkom University pada November 2019 yang berhasil dinobatkan sebagai Klaster Mandiri (Tertinggi) bintang tiga untuk Kinerja Penelitian oleh Kementerian Riset dan Teknologi (Kemenristek).

Menurut Daris Rohmansyah selaku Kepala Urusan *Public relations* Telkom University, research merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan oleh dosen maupun institusi itu sendiri, sehingga institusi wajib untuk mendorong para dosen untuk melakukan penelitian-penelitian yang berkualitas. Kemudian dilihat dari tren ekonomi sendiri, negara maju bukan dilihat dari seberapa banyak jumlah perusahaan, tetapi bagaimana Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dapat menciptakan bisnis-bisnis baru dan dapat mempengaruhi perekonomian negara. Hal itulah yang mendorong Telkom University untuk menciptakan SDM unggul dan menjadi *Research and Entrepreneurial University*.

Membangun citra sebagai *Research and Entrepreneurial University* tentunya tidak luput dari peran *public relations*. *Public relations* merupakan kegiatan untuk memberikan pengertian kepada publik yang lebih baik sehingga dapat menciptakan kepercayaan public terhadap organisasi tersebut (Suhandang, 2012:44). Fungsi *public relations* di dalam sebuah perguruan tinggi sendiri adalah menciptakan komunikasi yang baik antara perguruan tinggi dengan masyarakat maupun dengan pihak-pihak yang berkaitan secara langsung dengan perusahaan (stakeholder) seperti para pegawai, mahasiswa, alumni, orang tua mahasiswa, media, pemerintah, dan lain-lain. *Public relations* merupakan sumber informasi dari sebuah perguruan tinggi, citra sebuah perguruan tinggi dapat terbentuk dari seberapa banyak pengetahuan dan informasi yang di dapatkan oleh publik mengenai perguruan tinggi tersebut. *Public relations* dari Telkom University itu sendiri tentunya memiliki tujuan untuk memperkenalkan Telkom University kepada publik juga membangun serta mempertahankan citra yang positif di mata publik. Keberhasilan suatu perguruan tinggi dapat diukur dari seberapa baik citra perguruan tinggi tersebut di mata publik baik internal maupun eksternal. Memiliki citra yang positif

tentunya dapat mempengaruhi persepsi publik dan mempengaruhi kredibilitas dari Telkom University serta mempengaruhi animo publik untuk memilih Telkom University sebagai tempat menimba ilmu, terutama dengan semakin ketatnya persaingan antar perguruan tinggi pada saat ini. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh *public relations* untuk membangun citra positif tersebut adalah dengan melakukan kegiatan publisitas. Seorang praktisi *public relations* dapat memanfaatkan media massa sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada publik, baik media konvensional, media elektronik, maupun media online sehingga citra sebuah institusi dapat terbentuk.

Telkom University merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Indonesia yang berdiri pada 14 Agustus 2013 yang berdiri dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom. Telkom University merupakan penggabungan dari empat perguruan tinggi, diantaranya adalah Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Politeknik Telkom, Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom). Pada tahun 2013 hingga 2018, *public relations* dari Telkom University lebih fokus untuk melakukan rebranding pada Telkom University sebagai sebuah universitas, karena masih banyak masyarakat yang menganggap Telkom University sama dengan STT Telkom. Selain fokus pada rebranding, *public relations* juga berfokus untuk mencapai citra Telkom University sebagai *World Class University* dengan memperkenalkan program-program yang dimiliki Telkom University serta mempublikasikan prestasi-prestasi yang didapatkan oleh institusi maupun prestasi dari para mahasiswa.

Setelah dikatakan cukup berhasil menjadi *World Class University*, pada tahun 2019, sesuai dengan visi jangka panjang Telkom University memiliki target untuk menjadi *Research and Entrepreneurial University* di tahun 2023. Pada tahap ini, *public relations* dari Telkom University tentunya ingin membangun citra Telkom University dari *World Class University* menjadi *Research and Entrepreneurial University*. Menurut Daris Maulana selaku Kepala Urusan *Public relations* Telkom University, di tahun 2019 ini, *public relations* Telkom University berfokus untuk memperkenalkan kepada publik bahwa Telkom University unggul dalam bidang penelitian dan menghasilkan berbagai inovasi baik dari institusi maupun inovasi dari para mahasiswa.

Publikasi yang dilakukan oleh *public relations* Telkom University saat ini juga mengedepankan berita-berita mengenai penelitian dan berita bahwa Telkom University mengedepankan *start-up* dibandingkan dengan berita-berita mengenai kejuaraan kompetisi.

Telkom University tentunya memiliki strategi-strategi *public relations* dalam membangun citra Telkom University sebagai *Research and Entrepreneurial University* khususnya melalui kegiatan publisitas, apalagi sebelumnya Telkom University lebih dikenal dengan *World Class University*. Strategi sendiri merupakan proses penentuan rencana jangka panjang untuk sebuah organisasi atau perguruan tinggi. Strategi yang dilakukan oleh *public relations* Telkom University ini tentunya memanfaatkan media massa, baik media konvensional maupun media elektronik, apalagi pada zaman sekarang publisitas melalui media konvensional tidak lagi cukup sehingga harus dijalankan bersamaan dengan pemanfaatan media elektronik. Setiap perguruan tinggi tentunya memiliki strategi *public relations* yang berbeda-beda untuk membangun citra, oleh karena itu, berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui Strategi *Public Relations* Telkom University dalam Membangun Citra sebagai *Research and Entrepreneurial University* khususnya dalam kegiatan publisitas yang dilakukan oleh *public relations*.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka fokus penelitian ini adalah mengenai Strategi *Public Relations* Telkom University Dalam Membangun Citra sebagai *Research and Entrepreneurial University* khususnya pada kegiatan publisitas yang dilakukan oleh *public relations*.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka beberapa identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana strategi *public relations* Telkom University dalam membangun citra sebagai *Research and Entrepreneurial University* khususnya dengan memanfaatkan fungsi publisitas?
- 2) Bagaimana citra Telkom University saat ini dimata mahasiswa sebagai publik internal?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini terdiri dari beberapa hal sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui strategi publikasi Telkom University dalam memanfaatkan fungsi publisitas dalam membangun citra sebagai *Research and Entrepreneurial University*.
- 2) Untuk mengetahui citra Telkom University di mata mahasiswa sebagai publik internal dari Telkom University

1.5. Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, sebuah penelitian tentunya juga harus memiliki manfaat, baik manfaat untuk dunia akademis (teoretis) maupun manfaat yang dapat digunakan dalam dunia praktis. Berikut ini adalah manfaat teoretis dan manfaat praktis dari penelitian ini.

1.5.1. Manfaat Teoretis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan wawasan dan kontribusi pada bidang *public relations* khususnya dalam memanfaatkan fungsi publisitas untuk membentuk citra sebuah institusi.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah masukan untuk Telkom University dalam penerapan strategi *public relations* untuk membangun citra positif khususnya dalam memanfaatkan media massa untuk sarana publisitas. Peneliti juga berharap penelitian ini nantinya

dapat menjadi panduan bagi *public relations* Telkom University untuk membangun citra kampus.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian yang ditentukan oleh penulis adalah sebagai berikut.

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kantor *Public Relations* Telkom University yang terletak di Gedung Bangkit Telkom University, Jalan Telekomunikasi no 1, Bandung, Jawa Barat.

1.6.2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian ini dimulai dari bulan September 2019 s/d Maret 2020. Kegiatan yang dilakukan selama penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Waktu Penelitian
Waktu Penelitian

Kegiatan Penelitian	2019				2020		
	SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR
Penentuan topik proposal skripsi	■	■	■				
Pengumpulan data		■	■				
Penyusunan proposal skripsi		■	■	■	■		
Pendaftaran DE				■	■	■	
Wawancara narasumber					■	■	
Penyelesaian penelitian					■	■	■
Sidang skripsi							■

Sumber : Olahan Penulis