

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **LATAR BELAKANG**

Menurut Anne Gregory (dalam Ariani, Skripsi, 2016: 1) Kita hidup di dunia di mana reputasi perusahaan mudah terserang (rapuh) dan di mana krisis tampaknya akan muncul lebih sering. Sampai saat ini sudah banyak perguruan tinggi di Indonesia yang telah mengalami krisis. mulai dari tindak kekerasan di kampus, krisis yang dikarenakan bencana alam, hingga krisis yang menyangkut kematian mahasiswa diluar kampus. Selain itu, krisis juga bisa terjadi di karenakan beberapa suara miring, baik dari masyarakat ataupun media massa tentang kampus, dikarenakan tidak terlalu berdampak kadang kala sebuah isu tidak terlalu diperhatikan adanya dan tidak ditangani dengan baik padahal dari sebuah isu-isu yang terkumpul dapat berubah menjadi besar dan dapat menjadi sebuah krisis yang dapat merusak reputasi sebuah perguruan tinggi. Menurut Cornelissen (dalam Ariani, Skripsi, 2016: 1) Masa depan organisasi, baik perusahaan maupun organisasi publik dan nirlaba sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi tersebut dipandang oleh para pemangku kepentingan yang mereka miliki. Maka dari itu dibutuhkan manajemen isu yang menjadi perlindungan sebuah perguruan tinggi baik sebelum adanya isu ataupun saat isu terjadi dalam menghadapi isu-isu yang datang menyerang.

Pada zaman modern ini teknologi dan informasi telah jauh berkembang pesat, perubahan zaman ini memunculkan beragam teknologi yang dapat menghubungkan publik dengan organisasi menjadi lebih dekat. Beragam cara publik dapat berinteraksi dengan organisasi salah satunya adalah dengan adanya sosial media. Dengan adanya interaksi yang tepat dengan publik organisasi dapat menghasilkan persepsi publik yang baik dengan itu reputasi organisasi dapat menjadi positif dimata masyarakat. tetapi tidak semua informasi yang diterima itu dapat di maknai dengan sama oleh publik, karena setiap manusia memiliki persepsi yang berbeda-beda. Saat terjadi tidak kecocokan antaran penafsiran informasi di dalam masyarakat ini dapat menjadi sebuah masalah dan berdampak bagi organisasi. Isu muncul ketika terjadi gap antara harapan publik dan kenyataan organisasi (Kriyantono, 2012: 152). Dengan munculnya sosial media sebuah berita dapat tersebar luas dan berkembang dengan cepat, publik memiliki peluang untuk

menyampaikan apa yang ada didalam pikiran mereka tentang organisasi yang dapat menjadi sebuah isu bagi organisasi. Penganganan sebuah isu sangatlah penting untuk memperbaiki pandangan yang salah dari publik pada organisasi, dengan itu dampak negatif dapat di hindari organisasi.

Manajemen isu perlu dilakukan oleh humas sebuah perguruan tinggi untuk mencegah munculnya masalah yang diakibatkan oleh isu. Karena aktivitas organisasi pasti mempengaruhi aktivitas masyarakat, dan sebaliknya, masyarakat sebagai lingkungan sosial akan mempengaruhi aktivitas organisasi. Menurut W. Howard Chase dan Bary Jones (dalam Prayudi, 2016: 34) mendefinisikan isu sebagai “*an unsettled matter which is ready for decision.*” Yang berarti isu sebagai permasalahan yang belum terselesaikan. Maka manajemen isu dilakukan sebagai antisipasi sebelum terjadinya krisis, saat isu berhasil dikelola dengan baik, maka isu tidak akan berkembang menjadi krisis. Pihak organisasi memerlukan manajemen yang baik agar krisis tidak berkembang liar dan mengancam reputasi dari perusahaan perusahaan. Krisis dapat menimpa perusahaan dengan secara tidak terduga, tanpa memandang besar atau kecilnya perusahaan tersebut bisa secara cepat ataupun perlahan. Dengan adanya manajemen isu pihak organisasi dapat memonitoring dan mengidentifikasi isu, dalam mengidentifikasi sebuah isu harus dilakukan secara selektif dan cermat. Proses ini menentukan apakah ada potensi masalah yang dapat menjadi isu lalu humas manajemen isu dapat melakukan proses selektif untuk memilih isu yang menjadi prioritas yaitu isu yang paling berpengaruh bagi organisasi. Dalam manajemen isu juga terdapat strategi dalam merespons kritikan dari pihak-pihak di luar organisasi yang bukan sekedar memberikan informasi melainkan pendekatan manajemen isu yang bergerak dari *information base* (sekedar memberi informasi) menuju *advocacy position* (mempertahan kan posisi dengan menjawab kritikan) karena organisasi bukan *the silent children of society*. Lalu selain itu dengan manajemen krisis organisasi dapat mencari isu-isu yang dapat menjadi peluang pasar yang meningkatkan reputasi.

Humas organisasi harus memperhatikan dinamika sosial, politik, ekonomi dan lingkungan sosial tempat dia berpijak dalam setiap operasional setiap harinya. Isu-isu apa saja yang berpotensi untuk terjadi, tak boleh luput dari perhatian. Jika organisasi gagal dalam mengantisipasi sebuah isu, ada kemungkinan isu tersebut berjalan liar dan tak terkontrol dapat mengakibatkan munculnya krisis. Krisis dapat menyebabkan reputasi organisasi menjadi objek

kritikan dan cemoohan masyarakat. Akibatnya, organisasi tersebut akan mengalami kerugian besar, misalnya menurunnya tingkat penjualan, modal, keuntungan, nilai saham, dan rasa percaya diri (Kriyantono, 2012: 171). Krisis merupakan hal yang tidak diharapkan kehadirannya. Menurut Kuhn (dalam Ariani, Skripsi, 2016: 2) Krisis dapat menyebabkan kepanikan, mengganggu kelancaran, dan memberi pengaruh buruk terhadap nama baik organisasi. Krisis tidak mempunyai batasan (*no boundaries*) dan bisa terjadi kapanpun dan dimanapun terhadap setiap organisasi (profit dan non profit, publik, privat). Krisis juga menyerang ketika sebuah organisasi berhenti untuk mencari masalah yang di timbulkan oleh lingkungan tempat mereka berada, karena sebuah isu sekecil apapun bisa berubah menjadi besar jika tidak di tangani dengan baik, kemampuan identifikasi dalam masalah ini berperan sangat besar untuk mengatasi hal ini. Menurut Haywood (dalam Prafitri, Skripsi, 2010: 40) Krisis itu sendiri bisa dikatakan sebagai “Keadaan darurat(*Emergency*)” yang mana jika tidak segera dikendalikan akan bersifat bahaya. Setiap organisasi pastilah tidak menginginkan datangnya krisis. Krisis memang dapat menimpa organisasi mana pun, termasuk juga universitas. Universitas adalah perguruan tinggi yang didirikan untuk mengarahkan lulusannya menjadi tenaga profesional, siap kerja, tenaga pendidikan, atau bahkan peneliti. Menurut Gainey (2010: 312) beberapa macam krisis yang sering menimpa sebuah universitas yaitu kematian mahasiswa atau pegawai di luar atau di dalam kampus, kekerasan dalam wilayah kampus, narkoba/alcohol di wilayah kampus, mahasiswa yang terlibat dalam masalah kedisiplinan, krisis yang berhubungan dengan kesehatan, transportasi, dan fasilitas kampus.

Beberapa contohnya adalah isu negatif yang menimpa Perguruan Tinggi Negeri yang ternama di Yogyakarta yaitu Universitas Gadjah Mada, universitas ini pernah di serang isu negatif dari masyarakat dikarenakan kasus isu negatif biaya UKT mahal yang mana saat itu UGM di isu kan memiliki biaya kuliah yang sangat mahal hingga 26 juta per semesternya. Selain itu juga Universitas Gadjah mada pernah menghadapi isu negatif tentang pembunuhan wanita di bilik toilet mereka. Ada juga isu tentang dosen dari jurusan Pendidikan Bahasa Inggris yang ikut terlibat dalam organisasi hoax pada tahun 2018 yang menimpa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Selain itu, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga juga pernah terlibat isu negatif yang sangat besar yaitu isu negatif pelarangan cadar yang menghebohkan masyarakat pada tahun 2018.

Isu bisa timbul dan berevolusi ketika adanya perubahan. Perbedaan antara harapan masyarakat dengan perguruan tinggi yang menghasilkan *turning point*, merupakan bagian dari manajemen perguruan tinggi untuk secara aktif mengenali isu yang kemudian merespon isu tersebut dan menjadikannya manfaat atau keuntungan bagi perguruan tinggi. Isu yang timbul dan tidak di urus dengan baik dan benar akan berevolusi menjadi sebuah krisis. *Manual crisis plan* yang berarti petunjuk untuk menghadapi krisis adalah hal yang sangat penting bagi organisasi untuk menghadapi sebuah krisis. Respon terhadap krisis harus di persiapkan sejak dini, bukan untuk menghindari krisis tetapi untuk siap sedia meminimalisir krisis. Sumber krisis bisa terjadi dimana saja dan kapan saja. Tidak seorangpun tahu kapan krisis dapat berakhir. Perencanaan yang jelas dapat membantu organisasi dalam menghadapi krisis, mulai dari meramal krisis apa yang mungkin terjadi, melakukan pencegahan krisis dan menyelesaikan krisis yang terjadi pada organisasi.

### **Rumusan Masalah**

Meneliti Bagaimana kebijakan dan strategi humas dari Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam menghadapi isu negatif yang menimpa mereka.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan dan strategi humas yang efektif dalam menghadapi Isu negatif.

### **Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian sejenis, serta dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi.
- b. Meningkatkan pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen isu.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran tentang strategi yang digunakan humas di perguruan tinggi dalam menghadapi isu.

- b. Dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang membangun bagi perguruan tinggi dalam hal penanganan humas tentang isu.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti berasal dari jurnal yang dapat diakses melalui internet. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi dan pembanding.

Penelitian pertama dilakukan oleh Reny Ariani dengan judul PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MANAJEMEN ISU DI UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM Dalam Mengelola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM) pada tahun 2016. Dalam penelitian ini membahas tentang peran humas UGM dalam menghadapi isu kasus relokasi kantin Bonbin, dikarenakan terjadi gap antara pihak mahasiswa dan pedagang kantin Bonbin membuat terganggunya keharmonisan antara universitas dengan publiknya. Yang apabila dibiarkan akan dapat menimbulkan persepsi negatif publik terhadap universitas bahkan jika dibiarkan dapat mengganggu kinerja organisasi. dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang peranan humas dalam menjaga keharmonisan antara institusi dan publik. penelitian ini melihat bagaimana humas UGM yang tidak punya prosedur yang standar dalam menghadapi isu yang menerpa mereka.

Hasil dari penelitian ini adalah humas UGM menyelesaikan kasus ini dengan cara melakukan penanganan manajemen isu sesuai dengan fase hidup isu (origin, mediasi, organisasi dan resolusi). Adapun peranan sebagai *expert prescriber*, *communication fasilitator* dan *problem solving fasilitator* pada ketiga tahapan ini diwujudkan dengan memberikan *input* (masukan) kepada pimpinan universitas terhadap informasi yang berpotensi terhadap munculnya isu. Hal ini hasil dari tindak lanjut humas kepada masalah yang telah teridentifikasi oleh divisi humas melalui monitoring dan selanjutnya humas memberikan saran tentang langkah lanjutan yang sebaiknya diambil melalui rapat-rapat internal (*expert prescriber*); lalu humas juga memfasilitasi pertemuan antara pimpinan universitas dengan perwakilan mahasiswa dan aliansi pedagang kantin melalui proses *hearing*, hal ini sesuai dengan peran utama dari humas yaitu sebagai penghubung antara organisasi dan publik dan mediasi, yang mana humas menjadi mediator

antara keduanya (*communication facilitator*); dan selanjutnya humas berkolaborasi dengan unit-unit kerja yang berkaitan dengan masalah relokasi penataan Ruang Terbuka Hijau kawasan Sosio Humaniora dan penataan kantin di kawasan tersebut seperti Direktorat Aset dan Direktorat Perencanaan dalam hal mendefinisikan dan menyelesaikan isu (*problem solving*).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ike Devi Sulistyningtyas dengan judul *Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi* pada tahun 2007. dalam penelitian ini membahas tentang public relations yang berperan penting terhadap citra perusahaan, yang mana citra merupakan pilar terbentuknya reputasi.

Perguruan tinggi yang mana menjadi sebuah kelompok yang menyediakan jasa pendidikan perlu juga menjaga citranya. Hal ini karena itu akan berhubungan dengan kepercayaan terhadap prespektif masyarakat akan aspek dari kualitas pendidikan dan juga komponen dasar lainnya yang sudah tertanam pada institusi pendidikan. Yang membuat citra positif dapat terlaksana, yang mana perguruan tinggi memang mengatur pendidikannya sedemikian rupa dengan berpatokan pada konsep *good university governance*. Sehingga citra positif yang dipunya nantinya dapat menjadi nilai tambah (*added value*) buat para calon mahasiswa/mahasiswi dalam memutuskan pilihan mereka.

Semua persoalan ini masih ditambah dengan situasi persaingan yang terjadi antar perguruan tinggi semakin sengit. Saat Universitas Negeri mulai menjadi badan hukum milik negara, maka itu membuat persebaran calon mahasiswa baru bagi PTS beralih ke PTN. Sudah pasti universitas yang bisa menanamkan citra positif pada masyarakat yang dapat memperoleh perhatian, yang membuat perguruan tinggi tersebut menjadi tujuan dari calon mahasiswa baru untuk masuk perguruan tersebut. Tetapi citra positif tidak muncul secara tiba-tiba karena itu semua terwujud berkat bersamaan dengan terbentuknya pengelolaan dan kualitas yang baik. Tetapi itu semua perlu dilakukan dan di olah pada aspek komunikasi dan opini masyarakat.

Dalam kondisi untuk mengerti peran sebenarnya dari Humas di Universitas, maka dari itu butuh pemahaman tentang karakteristik dari universitas. mengenai tujuan dari perguruan tinggi yang berpijak pada Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian pada masyarakat, penelitian dan pendidikan.

Maka dari itu, diperlukannya pengelompokan terhadap pemangku kepentingan yang terdapat pada perguruan tinggi untuk menyasar perbedaan dari pihak yang memiliki kepentingan

pada perguruan tinggi. Tentu setiap pemangku kepentingan mempunyai perbedaan kepentingan, yang membuat semua karakter pemangku kepentingan berbeda-beda.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Narayana Mahendra Prastya dengan judul PERAN HUMAS PERGURUAN TINGGI DALAM MANAJEMEN KRISIS ORGANISASI pada tahun 2017. Dalam penelitian ini membahas tentang rekomendasi peran humas yang harusnya dilakukan dalam menghadapi situasi kritis. Perguruan tinggi merupakan organisasi yang beresiko menghadapi krisis. Namun humas perguruan tinggi yang ada, tidak terbiasa menghadapi krisis. Divisi humas pada umumnya adalah kelompok yang bekerja untuk membangun citra positif dari sebuah perguruan tinggi melalui publisitas tentang pencapaian dan prestasi yang telah didapatkan oleh perguruan tinggi yang mana memang ini adalah pekerjaan utama dari humas. Dalam keadaan menghadapi situasi negatif termasuk krisis, biasanya humas perguruan tinggi dalam menghadapi suatu masalah cenderung menjadi menutup diri atau bersikap defensif kepada media dan juga publik, hal ini dikarenakan suasana diantara pihak yang terkait sangat sensitif jadi pihak perguruan tinggi takut salah dalam mengambil langkah dan membuat semuanya menjadi lebih kacau. Maka dari itu penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi peran yang sebaiknya dilakukan humas.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil contoh dari kasus tentang manajemen krisis yang dilakukan oleh Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta dalam menghadapi peristiwa meninggalnya tiga orang mahasiswa dalam kegiatan Pendidikan Dasar Mahasiswa Pecinta Alam UII (Diksar Mapala UII) di bulan Januari 2017, yang mana masalah ini adalah termasuk krisis yang sangat berat yang menimpa UII pada saat itu, banyak reaksi negatif dari berbagai kalangan yang menyerang pihak perguruan tinggi, hal ini menyebabkan citra baik yang dimiliki UII berkurang. Sumber data tulisan ini adalah melakukan wawancara dengan wartawan yang melakukan liputan di UII berkaitan dengan peristiwa tersebut. Sulistyaningtyas (Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 4, No. 2: 131-144) menyebut wartawan merupakan salah satu pemangku kepentingan atau *stakeholder* dari perguruan tinggi

Dari penelitian ini kegiatan yang umumnya harus dilakukan humas perguruan tinggi adalah hubungan media atau *media relations*. Sementara dalam situasi krisis, sebuah organisasi perlu memperhatikan betul-betul aktivitas media relations yang mereka lakukan. Ini karena situasi krisis dipastikan akan menarik perhatian media untuk meliput dan memberitakannya. Namun, sikap humas perguruan tinggi terhadap wartawan berbeda 180 derajat saat situasi krisis

dibandingkan situasi normal. Saat krisis atau isu negatif melanda perguruan tinggi tersebut, maka humas cenderung jaga jarak, bersifat tertutup, dan memandang media sebagai pihak yang dapat merugikan. Hal ini sangat buruk karena masyarakat dan media butuh keterbukaan informasi, jika tidak dapat memenuhi hal tersebut masalah akan menjadi bola liar yang tidak bisa di kontrol dengan baik oleh pihak perguruan tinggi, dan jika berlanjut terus pihak perguruan tinggi akan mendapatkan sentimen negatif.

Humas merupakan pemain penting ketika organisasi tengah dilanda krisis. Hal tersebut juga berlaku pada humas perguruan tinggi. Saat krisis terjadi, humas perguruan tinggi perlu mengubah peran yang biasa mereka lakukan di situasi normal. Saat situasi normal (dalam arti tidak ada krisis), humas perguruan tinggi dominan berperan sebagai penyusun pesan dan menyampaikan pesan kepada media mengenai prestasi dari perguruan tinggi. Intinya, menyampaikan informasi yang sifatnya dapat membentuk citra positif perguruan tinggi. Tetapi dalam situasi krisis, wartawan lebih membutuhkan, lebih memprioritaskan pernyataan dari pimpinan perguruan tinggi. Pernyataan dari humas dianggap masih terlalu normatif dan tidak berimplikasi pada kebijakan perguruan tinggi tersebut. Berarti, dalam situasi krisis, humas tidak bisa menjalankan peran seperti di situasi normal yakni sebagai penyampai pesan kepada wartawan. Itu sebabnya, dalam situasi krisis, humas perlu berperan sebagai fasilitator komunikasi, memfasilitasi antara wartawan dengan pimpinan perguruan tinggi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, humas dapat menyusun jadwal kapan wartawan dapat bertemu pimpinan perguruan tinggi.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aqida Nurik Salma dengan judul **KEBIJAKAN KOMUNIKASI KRISIS BERBASIS INTERNET BIDANG KOMUNIKASI KORPORAT** (Studi Kasus Program *Emergency Response Plan* PT. Garuda Indonesia Persero Tbk) pada tahun 2017. Penelitian ini membahas tentang kebijakan komunikasi krisis berbasis internet oleh bidang komunikasi korporat Garuda Indonesia. Dalam penelitian ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berupa media internet telah mempengaruhi beragam praktik PR terutama aktivitas komunikasi krisisnya.

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang diketahui memiliki keseriusan dalam manajemen dan komunikasi krisisnya adalah PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Sebagai perusahaan penerbangan, Garuda Indonesia menyadari posisi mereka yang rentan dilanda krisis



sehingga membutuhkan sebuah SOP atau kebijakan khusus terkait penanganan krisis yang telah ditetapkan dan disetujui oleh seluruh jajaran manajemen perusahaan. Kebijakan tersebut disebut dengan *Emergency Response Plan* yang selanjutnya disingkat sebagai ERP, tindakan ini dilakukan untuk mempersiapkan strategi jauh sebelum pihak organisasi mendapatkan sebuah masalah, jadi saat sebuah masalah menyerang, pihak perusahaan tidak kaget dan setiap anggota perusahaan tau apa tindakan selanjutnya yang tepat sesuai masalah yang terjadi. Kebijakan tersebut dibuat sebagai salah satu upaya perusahaan dalam menghadapi peristiwa-peristiwa yang tidak bisa mereka prediksi (*unpredictable event*) kedepannya dan yang terburuk adalah krisis itu sendiri. Situasi krisis yang dihadapi oleh perusahaan penerbangan bukanlah situasi krisis biasa (Ray, 1999: 47), bahkan cenderung bisa menjadi peristiwa yang menjadi objek ketertarikan seluruh lapisan masyarakat dunia (Grundy dan Moxon, 2013: 83). Oleh karena itu, tim manajemen berharap dengan adanya ERP akan menekan dampak yang ditimbulkan dari krisis yang melanda perusahaan mereka, karena dengan persiapan yang matang di awal dapat meningkatkan presentase keberhasilan penanganan isu dalam menangani sebuah isu. ERP merupakan ujung tombak keberhasilan manajemen krisis Garuda Indonesia. Garuda Indonesia telah secara intens mengadopsi penggunaan internet kedalam kebijakan komunikasi krisisnya yaitu ERP. pembaruan ERP menjadi berbasis internet juga telah dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah memperbarui peraturan yang diselaraskan pada kondisi digital yang menuntut serba kecepatan dengan menerapkan *15 minutes rules* dalam merespon sebuah isu atau krisis. Selain itu Garuda Indonesia juga menambah tim komunikasi krisis yang bertanggung jawab dalam mengelola *website* dan media sosial perusahaan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tita Deitiana yang berjudul *Manajemen Humas (Public Relations) di Lembaga Pendidikan*. tahun 2011. Dalam penelitian ini peneliti membahas betapa pentingnya divisi humas dalam sebuah organisasi, banyak organisasi yang pada awalnya tidak terlalu peduli dengan divisi ini tetapi saat ini divisi ini sangatlah penting bagi kehidupan sebuah organisasi karena pada era kompetisi ini, humas sangatlah penting dan tidak bisa ditawar lagi karena humas pada saat ini sudah menjadi prioritas utama dari berbagai program perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan, sehingga, pembentukan, pemeliharaan citra dan reputasi positif menjadi prioritas pula. Saat melakukan program perkembangan public relations haruslah mampu membaca perubahan yang mungkin terjadi dengan cepat dan juga proaktif, baik di bidang hukum, politik internasional dan nasional, informasi ekonomi, dan juga teknologi. Dalam

perubahan paradigma baru, public relations haruslah unjuk gigi sebagai instrument manajemen strategis yang mana memiliki dua tugas utama yaitu membuka ruang untuk meningkatkan investasi, membuka pasar dan perluasan usaha untuk peningkatan dan perluasan produk/jasa yang di hasilkan organisasi. Untuk itu diperlukan berbagai metode dan strategi komunikasi, baik yang bersifat persuasif dan edukatif maupun bersifat kreatif dan intervensi. Humas perguruan tinggi perlu mengerti kinerja wartawan dalam membangun hubungan. Media relasi yang dapat dilakukan oleh public relations antara lain adalah melakukan pelatihan media, iklan, press tour, press realese, atau press conferece.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Halimatus Sa'diyah yang berjudul *MANAJEMEN KRISIS UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA (UII) YOGYAKARTA DALAM MENGATASI KASUS MAPALA UNISI*. Pada tahun 2017. Dalam penelitian ini peneliti mencari tahu kegiatan komunikasi pada manajemen krisis yang dilakukan UII dalam merespon krisis yang disebabkan oleh tewasnya tiga mahasiswa yang mengikuti pendidikan dasar unit kegiatan mahasiswa (UKM) mahasiswa pecinta alam (Mapala) UNISI , dengan cara analisis isi kualitatif dengan menggunakan koran Harian Jogja, Kedaulatan Rakyat dan rilis pada situs resmi UII. Peneliti menggunakan teori manajemen krisis dengan Three-Stage Approach atau pendekatan tiga tahap yang lebih menekankan pada tahapan crisis event (krisis). Dari penelitian ini di dapatkan hasil yang menunjukan kegiatan yang dilakukan uii pada tahapan crisis event yaitu ) Membentuk crisis center (tim krisis) dan tim investigasi internal, tidakan selanjutnya adalah memberikan pernyataan resmi tentang masalah yang terjadi dan membuat rilis untuk media, lalu mengakui bahwa pihak perguruan tinggi telah melakukan kesalahan dan aka bertanggungjawab dengan mendampingi keluarga korban dan menanggung biaya perawatan yang ditanggung oleh keluarga korban, lalu membekukan organisasi dan kegiatan Mapala UNISI, setelah itu Rektor dan wakil rektor III bidang Kemahasiswaan mengundurkan diri dari manajemen, dan menyerahkan pelaku kepada kepolisian setelah itu memberikan sanksi berat kepada mahasiswa yang terlibat, memperbarui tampilan dan isi website [www.uui.ac.id](http://www.uui.ac.id) dengan pemberitaan positif dan menghapus pemberitaan /rilis tentang kasus Mapala UNISI.

Dalam merespon kasus Mapala UNISI, UII menggunakan strategi Posture yang menggabungkan rebuilding posture dan bolstering posture, yaitu dengan memberikan kompensasi perawatan kepada korban dan menyatakan permohonan maaf serta bertanggung jawab penuh terhadap krisis yang terjadi (dalam Coombs, 2012 : 155). Pada proses pemulihan

reputasi (recovery), UII menggunakan strategi reminding posture dengan menginformasikan prestasi atau hal positif yang dilakukan di masa lalu di situs resmi [www.uui.ac.id](http://www.uui.ac.id)

## **Kerangka Teori**

### **1. Definisi Isu**

Menurut Cornelissen (dalam Ariani, Skripsi, 2016: 13) isu dapat didefinisikan menjadi: (1) keprihatinan masyarakat terhadap keputusan dan operasional organisasi, yang mungkin atau tidak mungkin juga melibatkan (2) sebuah titik konflik dalam berpendapat dan penilaian mengenai keputusan-keputusan dan operasionalnya organisasi tersebut. Menurut Howard Chase (dalam Kriyantono, 2012: 152) mendefinisikan isu sebuah hal yang belum ditetapkan namun siap menjadi sebuah keputusan. Isu adalah bermacam perkembangan, biasanya di dalam arena publik, yang mana saat berlanjut bisa secara langsung mempengaruhi kepentingan atau operasional organisasi. Isu bisa terjadi saat terjadi *gap* antara harapan publik dan kenyataan organisasi.

Menurut Regester dan Larkin (dalam Prayudi 2007:26) menyatakan bahwa organisasi hendaknya lebih perhatian pada isu seputar legislatif atau peraturan, lingkungan, keselamatan, teknologi baru, politik, social, industri khusus, ekonomi dan legal. Jika isu diabaikan, sangat besar kemungkinan isu akan berkembang menjadi krisis yang bisa berdampak pada menurun atau hancurnya reputasi perusahaan. Isu bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan atau nilai. Isu bermula dari adanya ketidaksesuaian antara pengharapan publik dengan praktek organisasi yang apabila diabaikan bisa berdampak merugikan bagi organisasi. Isu yang berkembang tidak ditanggapi secara tepat, tidak saja menghambat pencapaian tujuan organisasi, tetapi dapat juga membahayakan kelangsungan hidup organisasi.

Grunig dan Hunt mendefinisikan isu sebagai suatu kondisi dimana organisasi mulai memiliki kesadaran bahwa ada masalah yang riil dihadapi oleh organisasi dan memiliki konsekuensi pada organisasi terkait. Perkembangan isu menurut Hainsworth menyebutkan bahwa kemunculan isu dapat bermula dari adanya gagasan atau ide yang secara potensial berdampak pada organisasi dan dapat mengakibatkan tindakan yang meningkatkan kesadaran atau reaksi dari organisasi tersebut atau bahkan publik lebih luas (Regester dan Larkin, 2008 dalam Puspitasari, 2016).

Monstad (dalam Prayudi, 2016:37) berargumen bahwa isu merupakan masalah, kondisi atau peristiwa yang telah bergeser dari masalah privat menjadi isu publik sebagaimana dikatakan Crable dan Vibbert (dalam Prayudi, 2016:37). Logikanya adalah selama masalah, kondisi atau peristiwa merupakan masalah privat, maka ini bukanlah sebuah isu karena perusahaan dapat mengatasinya tanpa harus terlibat dalam diskusi atau debat mendalam baik internal atau eksternal. Masalah belum berkembang menjadi agenda publik. Meskipun demikian, tidak berarti pihak manajemen perusahaan tidak peka terhadap berbagai kemungkinan isu merebak dan mengganggu aktivitas perusahaan. Hal yang penting disini adalah bagaimana agar pihak manajemen bisa senantiasa proaktif memindai, mengidentifikasi, menganalisis dan merespon berbagai isu sebelum akhirnya berkembang menjadi krisis. (Prayudi, 2016:37)

. Crable dan Vibert (dalam Prayudi, 2016:37) menyatakan bahwa isu dapat dikategorikan ke dalam empat jenis: fakta, definisi atau kategori, nilai dan kebijakan. Berikut pengertian tiap-tiap jenis isu:

1. Isu fakta:

Merupakan isu yang tidak perlu dipertentangkan, misal isu bahwa perusahaan menghadapi kekurangan bahan mentah.

2. Isu definisi atau kategori:

Ketika melihat kamus seseorang dapat membaca bahwa sesuatu dapat didefinisikan dalam beragam kategori. Perusahaan bisa saja dihadapkan pada isu definisi atau kategori seperti “price-gouging”. Isu ini bisa jadi memiliki lebih dari satu definisi: apa yang dimaksud dengan price-gouging (masuk ke dalam kategori apa), dan apakah aktivitas perusahaan masuk ke dalam kategori ini? Jenis isu ini bisa jadi lebih baik didiskusikan dalam ruang dewan, dalam diskusi media dan terkadang dalam pengadilan.

3. Isu nilai:

Meliputi penilaian apakah sesuatu itu baik atau buruk, etis atau tidak etis, benar atau salah, dan sebagainya. Misalnya, apakah benar bagi Perusahaan Nestle untuk memasarkan dan menjual susu bubuk formula di negara-negara berkembang?

4. Isu kebijakan:

Meliputi pertikaian atas tindakan yang harus diambil pada situasi tertentu. Keputusan untuk membangun pembangkit nuklir bisa melibatkan kelompok lingkungan, komunitas lokal dan publik lainnya dalam mendebat atau mempertahankan keputusan

Isu selalu hadir dalam aktifitas organisasi sebagai akibat dari interaksi dengan publik dan lingkungan sosialnya. Dalam mengelola isu *public relation* perlu mengetahui tahapan-tahapan isu, ada 4 tahapan-tahapan isu menurut Register dan Larkin (dalam Kriyantono, 2012: 159):

### 1. Tahap Origin (*Potential Stage*)

Pada tahap ini, isu tidak terlihat jelas dan tampak, dalam tahap ini biasanya ada beberapa publik yang mengekspresikan perhatiannya pada suatu isu dan memberikan opini tentang isu tersebut. Kadang kala publik juga melakukan suatu tindakan tertentu terhadap isu tersebut. Tahap origin ini sangat penting karena menentukan apakah isu dapat dikelola dengan baik atau tidak. Di tahap ini humas haruslah aktif dalam memonitor (*scanning*) lingkungannya..

### 2. Tahap *Amplification* dan *Mediation* (*Imminent Stage / emerging*)

Pada tahap ini publik dan pemangku kepentingan telah dapat mendefinisikan isu. Selain itu dengan jelas, di tahap ini tekanan dari isu telah dapat dirasakan oleh organisasi. Publik sudah mulai mulai mendukung isu-isu yang menyebar, hal ini yang menyebabkan isu mulai berkembang, Pada tahap ini sebenarnya organisasi masih dapat menjaga agar isu tidak membesar. Seringkali isu susulan sering muncul sehingga membuat organisasi kebingungan dalam mengatasi isu tersebut. Untuk mengatasi hal ini organisasi haruslah memperhatikan isu lain nya yang ada dan tidak terfokus pada satu isu saja. Dalam penanganan masalah ini, informasi yang aktual, benar, berbasis data dan membuka saluran komunikasi dua arah sangat lah penting dilakukan oleh pihak universitas. Tujuannya adalah agar isu tidak membesar melalui pemberitaan media, mumpung pada tahap ini pemberitaan media masih bersifat sporadic dan hanya dilakukan beberapa media saja.

### 3. Tahap Organisasi (*Current Stage dan Critical Stage*)

Pada tahap ini isu sudah berkembang menjadi tahap yang akut, yang mana isu sudah menyerang organisasi sehingga pihak organisasi harus melakukan tindakan. Tahap ini kemarahan publik sudah muncul dan menuntut adanya perubahan pada organisasi. Berbagai macam dampak negatif sudah menimpa organisasi. Tahap ini dikatakan tahap organisasi karena publik sudah membentuk jaringan dan mengorganisasikan diri. Media masa memberitakan berulang kali sehingga masalah ini jadi semakin populer selain itu publik juga menyebarkan nya dalam jaringan mereka. Hasil nya muncul berbagai opini publik tentang masalah ini, banyak publik lain yang tidak tahu menjadi terseret karena banyak nya komentar-komentar yang muncul dari media massa.

#### 4. Tahap *Resolution* (Dormant Stage)

Pada tahap ini, isu telah diselesaikan dengan baik, pada titik ini konflik yang muncul telah berhenti di media dan regulator. Dalam kondisi ini organisasi telah melakukan berbagai perubahan. Krisis yang terjadi telah masuk pada fase tidur sementara, yang mana isu ini dapat kembali bangun jika ketidakpuasan dari publik muncul kembali.

## 2. Manajemen Isu

Menurut Coates, Jarrat dan Heinz (dalam Ariani, Skripsi, 2016: 14) mendefinisikan manajemen isu sebagai aktivitas terorganisir untuk mengidentifikasi tren yang sedang berkembang, keprihatinan, atau isu yang cenderung mempengaruhi organisasi dalam beberapa tahun ke depan dan mengembangkan jangkauan yang lebih luas dan respon organisasi yang lebih positif dimasa depan. Dapat disimpulkan bahwa sebuah manajemen isu adalah aktivitas yang dibuat suatu organisasi untuk memonitoring lingkungan disekitar organisasi baik internal maupun eksternal yang mana manajemen isu ini dapat membuat respon terhadap isu menjadi lebih cepat sehingga dapat menghasilkan hal positif bagi organisasi.

Manajemen isu merupakan proses proaktif dalam mengelola isu-isu, tren atau peristiwa potensial, eksternal dan internal, yang memiliki dampak baik negatif maupun positif terhadap perusahaan dan menjadikan isu sebagai peluang meningkatkan reputasi perusahaan. Upaya mengelola isu dilakukan dengan cara memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, membuat kebijakan strategik pada tingkat manajemen, implementasi kebijakan sebagai tindakan mengantisipasi isu dan mengevaluasi dampak kebijakan dalam rangka mendukung kontinuitas aktivitas perusahaan (Prayudi, 2016:44)

Ada empat pendekatan utama yang biasa digunakan dalam menganalisa manajemen isu, yakni pendekatan retorik (*rethorical approach*), pendekatan strategik reduksi ketidakpastian (*strategic reduction of uncertainty approach*) dan pendekatan sistem (*system approach*). Selain itu ada satu pendekatan terbaru yang dikembangkan oleh Doorley, Taylor dan Vasquez adalah pendekatan terintegrasi (*engagement approach*) yang mana pendekatan ini mengatasi masalah isolasi, menstimulasi reformasi dan mendorong komunikasi. Keempat pendekatan manajemen isu ini bisa di gunakan sebagai panduan teoritis bagi peneliti baru dalam mengembangkan penelitian manajemen isu di masa depan, khususnya dalam mencermati hubungan antara organisasi dengan publiknya. (Prayudi, 2007: 8)

Menurut Cutlip (dalam Prayudi, 2016: 43) ada 2 poin yang menjadi inti dari manajemen isu, yakni (1) identifikasi awal isu-isu yang memiliki dampak potensial terhadap perusahaan, dan (2) respon strategik yang dirancang untuk mengurangi atau memperbesar dampak dari isu yang muncul. Misalnya, dalam konteks opini publik, manajemen isu “berupaya mengidentifikasi perubahan dalam opini publik sehingga perusahaan dapat merespon perubahan sebelum berkembang menjadi konflik.” (Murphy dalam Prayudi., 2016:43)

Menurut Chase, dkk (dalam Kriyantono, 2012:164) Secara umum, manajemen isu mempunyai manfaat yang besar bagi eksistensi organisasi. Antara lain :

#### 1. Menyeleksi Isu

Proses selektif ini membatasi jumlah isu yang menjadi prioritas, yaitu memilih isu paling berpengaruh pada organisasi. Hasil identifikasi ini ada dua, yaitu isu yang berpotensi berdampak negatif, tetapi, berpotensi dapat digunakan untuk membangun citra dan reputasi positif di masa depan.

#### 2. Menentukan Strategi untuk merespon isu sebelum isu berkembang menjadi krisis yang mempunyai dampak besar bagi organisasi.

Strategi merespons isu ini termasuk merespons kritikan-kritikan dari pihak-pihak luar organisasi bukan sekedar memberikan informasi. Pendekatan manajemen isu dalam merespons isu yang terbaik bukan lah sebagai *information base* (sekedar memberi informasi) tetapi melalui pendekatan *advocacy position* (Mempertahankan posisi dengan menjawab kritikan) karena organisasi bukan *the silent children of society*. Ada faktor-faktor atau berapa kemungkinan yang mungkin menyebabkan ketidakpuasan masyarakat yang membuat masalah tersebut harus ditangani secepat mungkin dengan cara memberi perhatian penuh terhadap sebuah isu yang terjadi dan mengidentifikasi penyebab ketidakpuasan yang terjadi pada masyarakat sebelum berkembang besar dan menjadi perhatian masyarakat.

#### 3. Mencari peluang untuk reposisi organisasi dan produk

Organisasi mencari isu-isu apa yang dapat menjadi peluang pasar meningkatkan penjualan dan reputasi. Misalnya, isu-isu kesehatan dan pendidikan murah adalah isu yang potensial eksis, jika dikelola akan dapat menjadi peluang positif mencari keuntungan.

Menurut Register dan Larkin (dalam Nova, 2011: 289) mereka juga membagi 4 tahapan di dalam manajemen isu yaitu:

#### 1. Mengidentifikasi isu

Proses mengidentifikasi isu merupakan proses yang dilakukan oleh humas dalam mengenali isu-isu yang diasumsikan dapat mempengaruhi organisasi. Tujuan identifikasi isu adalah untuk menempatkan prioritas awal atas berbagai isu yang muncul. Proses ini menggunakan beberapa cara: *polling opini*, FGD, monitoring, menampung opini publik internal sebagai media untuk menyampaikan aspirasi dan melakukan *management by walking around* dengan mengunjungi dan mengobrol dengan kelompok publik untuk menampung aspirasi.

## 2. Analisis isu

Tahapan ini mencakup upaya menganalisis penyebab isu dan kemungkinan dalam mempengaruhi organisasi. Dengan analisis isu, organisasi bisa mengetahui isu yang sebenarnya muncul, penyebab dan dari mana sumbernya. PR menggunakan kriteria: seberapa besar dampak yang diakibatkan dan seberapa besar jumlah publik yang terlibat dipengaruhi isu.

## 3. Pilihan strategi perubahan isu

Dalam tahap ini PR mulai merumuskan program-program yang bisa dilakukan organisasinya untuk merespon isu tersebut. Tahap ini dimulai dengan respon perusahaan terhadap isu yang dihadapi. Respon diartikan sebagai pencerminan posisi perusahaan terhadap isu, artinya program-program kegiatan tersebut diaplikasikan untuk mempresentasikan tujuan-tujuan dan opini perusahaan terhadap isu dan mempengaruhi publik terhadap isu.

## 4. Program Penanganan Isu

Pada tahap ini organisasi mulai memutuskan kebijakan yang dapat mendukung perubahan yang diinginkan hal ini diperlukan untuk membuat program serta strategi dalam penanganan isu yang telah terjadi. Tahap ini biasa dikenal dengan program komunikasi terintegrasi. Humas dilibatkan dan dikonsistensi dengan strategi departemen lainnya, tahap ini merupakan tahap pelaksanaan program (*issue action program*)

## 5. Evaluasi hasil

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi program dilakukan, karena semakin lama isu berkembang semakin sedikit pilihan yang tersedia dan semakin mahal biayanya

### **3. Humas di Perguruan Tinggi**

Humas merupakan fungsi manajemen yang memiliki peran sebagai jembatan penghubung perguruan tinggi dengan masyarakat dengan tujuan untuk membuat kesamaan



pemahaman dan saling mengerti, selain itu kerja sama dari keduanya bisa dicapai dengan cara melakukan kegiatan komunikasi dua arah. Kegiatan komunikasi ini bisa menciptakan dan memperkuat hubungan baik antara perguruan tinggi dengan masyarakat secara timbal balik, dengan syarat dilakukan dan dijaga dengan komunikasi yang efektif, sehingga dapat membuat citra yang positif dan baik dengan cara saling toleransi, pengertian, lalu juga saling mempercayai, dan yang paling penting saling menghargai

Peranan atau Fungsi adalah keinginan dari masyarakat terhadap apa yang semestinya dilakukan oleh humas sesuai kedudukannya. Humas dianggap berfungsi dengan baik apabila dapat melakukan kewajiban dan juga tugasnya dengan baik, dengan adanya itu hal ini dapat berperan dalam membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dan juga menjamin kepentingan dari masyarakat.

Menurut Cutlip (dalam Ananda 2004: 99) tujuan umum dari humas pada perguruan tinggi terdiri dari beberapa tujuan yaitu :

1. Membangun kerjasama dengan pihak media.
2. Mengapresiasi penerimaan masyarakat dan juga kerjasama dalam pengelolaan perubahan dari pendidikan.
3. Mengumpulkan dukungan publik dalam hal pendanaan.
4. Pembaruan kesadaran dalam hal pendidikan dan mencegah miss information dan juga desas desus yang beredar.

Hampir sebagian besar aktivitas utama dari Humas di bidang pendidikan sama dengan aktivitas humas secara umum:

#### 1. *Communicator*

Kapabilitas sebagai *Communicator*, yang secara langsung maupun secara tidak langsung, melalui elektronik atau media cetak dan tatap muka ataupun lisan sebagainya. Selain itu, humas juga memiliki tugas sebagai mediator dan juga sekaligus sebagai persuader

#### 2. *Good Image Maker*

Membuat citra ataupun publikasi yang positif adalah sebuah prestasi, reputasi dan juga sekaligus menjadi target utama bagi kegiatan humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan menciptakan citra atau nama baik lembaga ataupun organisasi dan produk yang di wakilinya.

#### 3. Manajemen Dukungan (*Backup Managemen*)

Melakukan bantuan pada manajemen atau memberikan penunjang kegiatan yang lain, seperti manajemen operasional, marketing, personalia, promosi, dan untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan inti dari institusi atau organisasi / perusahaan.

#### 4. Sebagai Penghubung (*Relationship*)

Kemampuan dari humas dalam membuat hubungan yang baik antara lembaga yang mana sebagai perwakilan masyarakat eksternal dan internal. Selain itu juga, humas berusaha untuk menciptakan rasa saling pengertian, toleransi, kepercayaan, kerjasama dan juga dukungan antara semua pihak baik masyarakat dan manajemen.

Menurut Zulkarnain (2006: 29) menyampaikan fungsi penting lainnya yang harus dilakukan humas perguruan tinggi ada dua hal, yakni :

1. Fungsi korektif, yang mana humas harus mampu mentralkan setiap opini negatif yang muncul dan berkembang di masyarakat eksternal maupun internal. Fungsi ini berupaya agar perguruan tinggi tidak melakukan sesuatu yang bisa merugikan organisasi. Selain itu fungsi ini memberikan masukan yang diperlukan dalam mengambil segala kebijakan.
2. Fungsi membangun (konstruktif), dalam hal ini perguruan tinggi dapat berbagi pada aspek keilmuan sebagai alat memecahkan masalah yang dapat diterima masyarakat, dan kebijakan perguruan tinggi bisa diterima segenap civitas akademika.

Tujuan perguruan tinggi dalam hal berorganisasi dapat dibantu oleh adanya humas, karena humas di perguruan tinggi memiliki peran yang strategis. Humas perguruan tinggi harus berperan serta terhadap proses pencapaian dari tujuan organisasi dan memberikan berbagai hasil yang dapat terukur. Agar bisa mencapai hal tersebut, humas perlu menempati posisi yang strategis dalam struktur pengelolaan perguruan tinggi menurut Sulistyanyingtyas (dalam Prastya, 2017: 224). Hal ini berkaitan erat dengan kinerja humas dengan pimpinan tertinggi, peran strategis yang bisa dilakukan humas tentu akan sia-sia jika tidak ada dukungan dari jajaran *top management*. Sejumlah literatur menyinggung tentang kurangnya pemahaman pimpinan tentang humas, menyebabkan kinerja humas di perguruan tinggi menjadi tidak maksimal.

Humas memiliki dua jenis peran secara konseptual yaitu peran teknis komunikasi dan peran manajerial. Tugas yang berhubungan dengan penyampaian komunikasi secara teknis termasuk dalam peran teknis. Sementara keterlibatan humas dalam proses penentuan kebijakan

atau pengambilan keputusan organisasi termasuk dalam peran manajerial. Dalam peran manajerial terdapat tiga jenis peran humas. Pertama, humas berperan sebagai “penasehat ahli” (*expert prescriber*), di mana humas dapat membantu mencari jalan keluar penyelesaian persoalan antara organisasi dengan publik. Dalam hal ini pihak manajemen bertindak pasif dan hanya menerima saran dari humas. Kedua, humas sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*) yakni memfasilitasi komunikasi antara organisasi dengan publik. Humas menampung masukan-masukan dari publik dan menyampaikan kepada manajemen organisasi; kemudian humas harus mampu menjelaskan respon dari organisasi kepada publik. Ketiga humas sebagai fasilitator penyelesaian masalah (*problem solving facilitator*) di mana humas berperan dalam membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan dalam mengatasi persoalan yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Ada pun peran teknis komunikasi berkaitan dengan pembuatan pesan dan penyampaian pesan kepada publik Sulistyaningtyas (dalam Prasty, 2017: 224).

Menurut Zulkarnain (2006: 29) kondisi humas perguruan tinggi saat ini, masih ketinggalan dengan humas perguruan tinggi dari negara yang sudah maju, dan juga dengan humas yang ada di perusahaan besar di Indonesia. Peran humas perguruan tinggi saat ini masih di gambarkan oleh pimpinan sebagai bagian yang mengurus segala hal yang berkaitan dengan mengkliping, menyampaikan berita kepada pers, memfoto, dan dokumentasi. Hal ini disebabkan karena:

1. Penempatan staf humas tidak dibarengi dengan kemampuan pemahaman dan keterampilan kehumasan. Hal ini menyebabkan kemampuan dari divisi humas menjadi tidak sesuai dengan standar pekerjaan humas yang sebenarnya, dan membuat divisi humas tidak optimal dalam melakukan pekerjaan
2. Kurang pemahaman tentang humas di perguruan tinggi secara lembaga maupun posisional. Hal ini bisa terjadi karena bagian *top management* dari suatu perguruan tinggi tidak mengetahui fungsi sebenarnya dari humas, sehingga divisi humas sendiri dibuat hanya sebagai formalitas semata
3. Humas masih dikategorikan sebagai bagian yang tidak terlalu penting terhadap perkembangan organisasi. Hal ini terjadi karena kurangnya dukungan dari *top management* dari perguruan tinggi yang menganggap divisi humas tidak penting.

4. Anggaran (dana) untuk kegiatan dan program kerja humas yang tidak memadai. Hal ini berhubungan dengan ketidakpercayaan dari organisasi atas pentingnya humas.
5. Rendahnya pemahaman pimpinan terhadap fungsi dan peran humas, sehingga humas di perguruan tinggi kurang diberdayakan pimpinan. Hal itu menyebabkan posisi humas perguruan tinggi tidak berada pada tempat yang strategis.

Peran dari public relations kadang kala tidak dianggap penting dalam sebuah perguruan tinggi, ada kalanya perguruan tinggi harus menerima konsekuensi, dikarenakan menyepelekan fungsi sebenarnya dari humas. Sering kali humas tidak diikutsertakan dalam proses pengambilan keputusan, dan disinilah awal mulanya kesalahan perguruan tinggi dalam mengerti fungsi sebenarnya dari humas perguruan tinggi.

## **Metodologi Penelitian**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dibuat ini memakai metode deskriptif dan komparatif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu sistem pemikiran, suatu objek, status sekelompok manusia, suatu set kondisi, ataupun suatu kelas peristiwa dimasa sekarang. Maksud dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran, deskripsi ataupun lukisan dengan secara akurat, faktual dan sistematis mengenai sifat dan juga fakta serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki. Dalam metode deskriptif ini peneliti bisa membandingkan kejadian - kejadian tertentu sehingga metode ini juga merupakan studi komparatif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6). Dalam hal ini peneliti mengirimkan permohonan wawancara kepada dua perguruan tinggi di Yogyakarta yaitu Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Islam Sunan Kalijaga selain itu juga ada dua media yang berada di Yogyakarta yaitu Radar Jogja dan Harian Jogja. Universitas ini dipilih berdasarkan keadaan humas masing-masing universitas,

sedangkan media tersebut dipilih berdasarkan keterwakilan platform media (cetak, penyiaran, online) dan jenis perusahaan media (lokal, nasional).

Dua perguruan tinggi dan dua media ini telah menyatakan kesediaan untuk dijadikan narasumber wawancara. Wawancara berlangsung pada periode bulan Februari hingga Agustus 2019. Setiap sesi wawancara berlangsung antara 25 menit hingga 60 menit. Mayoritas narasumber wawancara adalah pada level manajerial, yakni kepala divisi (Ketua Humas) dan penanggungjawab rubrik (redaktur atau redaktur pelaksana)

## **B. Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini adalah Humas dari perguruan tinggi yang berlokasi di wilayah Yogyakarta. Perguruan tinggi yang di pilih sebagai objek penelitian adalah semua perguruan tinggi baik yang memiliki strategi penanganan khusus untuk menghadapi isu ataupun tidak memiliki strategi khusus. Perguruan tinggi yang diteliti yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN) dan Universitas Gajah Mada (UGM).

## **C. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada strategi dan cara penanganan Humas perguruan tinggi dalam menghadapi isu yang menimpa perguruan tinggi mereka.

## **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah informan yang akan diwawancara guna mendapatkan informasi atau data yang diinginkan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah perwakilan bagian humas perguruan tinggi yang telah dipilih yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN) dan Universitas Gajah Mada (UGM).

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data penelitian ini diperoleh melalui wawancara. Wawancara adalah suatu proses komunikasi dan hubungan yang mana hasil dari wawancara itu sendiri dapat diperoleh oleh beberapa aspek yang berhubungan dan saling mempengaruhi alur dari informasi, dan juga menggambarkan suatu pembicaraan yang dilakukan untuk maksud tertentu, dan juga pembicaraan ini biasa dilakukan oleh dua belah pihak yaitu *interviewer* (pewawancara) yang memberikan pertanyaan dan juga terwawancara yang menjawab pertanyaan itu (Bungin, 2010: 51), wawancara ini dilakukan secara mendalam dengan mengajukan pertanyaan yang bersifat

terbuka (*open-ended question*) sehingga informan leluasa menjawab pertanyaan tanpa dibatasi oleh pilihan-pilihan jawaban yang telah disediakan sebelumnya.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. Gambaran Umum Universitas Gadjah Mada dan Humas**

##### **1. Profil Universitas Gadjah Mada**

Universitas Gadjah Mada merupakan universitas negeri di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Republik Indonesia pada tanggal 19 Desember 1949. Kampus UGM yang terletak di Yogyakarta merupakan universitas pertama yang didirikan oleh Pemerintah Republik Indonesia setelah Indonesia merdeka.

Universitas Gadjah Mada memiliki 18 Fakultas dan dua Sekolah yaitu Sekolah Vokasi dan Sekolah Pascasarjana, dan lebih dari 100 Program Studi untuk S2, S3, dan Spesialis. Universitas Gadjah Mada berlokasi di Kampus Bulaksumur, Yogyakarta. Sebagian besar fakultas dalam lingkungan Universitas Gadjah Mada terdiri atas beberapa jurusan/bagian dan atau program studi.

Berdiri dengan nama “Universitas Negeri Gadjah Mada”, perguruan tinggi ini merupakan gabungan dari beberapa sekolah tinggi yang telah lebih dulu didirikan, di antaranya Balai Perguruan Tinggi Gadjah Mada, Sekolah Tinggi Teknik, dan Akademi Ilmu Politik yang terletak di Yogyakarta, Balai Pendidikan Ahli Hukum di Solo, serta Perguruan Tinggi Kedokteran Bagian Praklinis di Klaten, yang disahkan dengan Peraturan Pemerintah No.23 Tahun 1949 tentang Peraturan Penggabungan Perguruan Tinggi menjadi Universitas.

Nama Gadjah Mada juga memiliki makna tersendiri, mengandung semangat serta teladan Mahapatih Gadjah Mada yang berhasil mempersatukan nusantara. Teladan ini diterjemahkan ke dalam rumusan jati diri UGM sebagai universitas nasional, universitas perjuangan, universitas Pancasila, universitas kerakyatan dan universitas pusat kebudayaan.

## 2. Visi, Misi, dan Logo

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang menjadi dasar dari pekerjaan mereka. Universitas Gadjah Mada mempunyai visi sebagai pelopor perguruan tinggi nasional berkelas dunia yang unggul dan inovatif, mengabdikan kepada kepentingan bangsa dan kemanusiaan dijiwai nilai-nilai budaya bangsa berdasarkan Pancasila, serta misi untuk Menjalankan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat serta pelestarian dan pengembangan ilmu yang unggul dan bermanfaat bagi masyarakat.

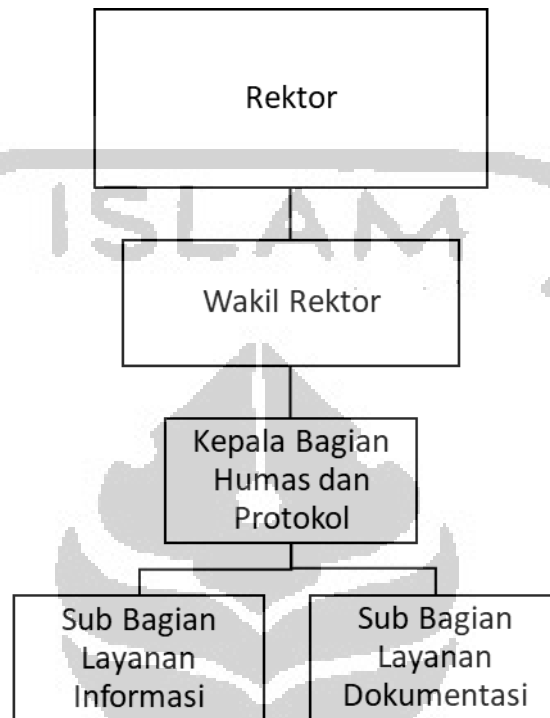


**Gambar 2.1 Logo Universitas Gadjah Mada**

Sumber: <https://brand.ugm.ac.id/downloads/>



### 3. Struktur Organisasi Humas Universitas Gadjah Mada



Tabel 2.1 Struktur Organisasi Humas Universitas Gadjah Mada

### 4. Fungsi Humas Universitas Gadjah Mada

Fungsi dari divisi humas Universitas Gadjah Mada :

- a) Membranding reputasi baik Universitas Gadjah Mada
- b) Menjadi penghubung antar pihak eksternal dengan pihak Universitas Gajah Mada.
- c) Melayani kebutuhan informasi pihak eksternal tentang Universitas Gadjah Mada

### 5. Tugas Humas Universitas Gadjah Mada

Fungsi dari divisi humas Universitas Gadjah Mada :

- a) Membuat artikel-artikel tentang Universitas Gadjah Mada di beragam platform
- b) Mempublikasikan penelitian yang telah di hasilkan Universitas Gadjah Mada
- c) Melayani pihak eksternal yang ingin berhubungan dengan Universitas

- d) Memonitoring hal yang berhubungan dengan universitas dan juga hal yang sedang trend

## **6. Kewenangan Humas Universitas Gadjah Mada**

Divisi humas di Universitas Gadjah Mada memiliki kewenangan dalam menyusun strategi yang berhubungan dengan reputasi dari universitas, divisi humas juga pihak yang menyusun segala dialog yang akan dikeluarkan semua pihak universitas saat berbicara kepada media jika terjadi masalah yang menyangkut seluruh pihak Universitas Gadjah Mada.

## **B. Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dan Humas**

### **1. Profil Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (UIN Suka) merupakan universitas yang mengintegrasikan dan menginterkoneksi antara keilmuan agama dan disiplin ilmu yang dipelajarinya. Apapun jurusan yang diambil, mahasiswa UIN Suka akan tetap dibekali dasar keagamaan yang kuat. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya hebat, tapi juga beradab dan bermartabat.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga merupakan PTAIN (Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri) yang pertama didirikan di Indonesia, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga memiliki Akreditasi Universitas “A” dan mendapatkan peringkat nasional 46 di Indonesia versi *4icu.org* dan peringkat 6288 di dunia versi *webometrics.info* pada tahun 2016.

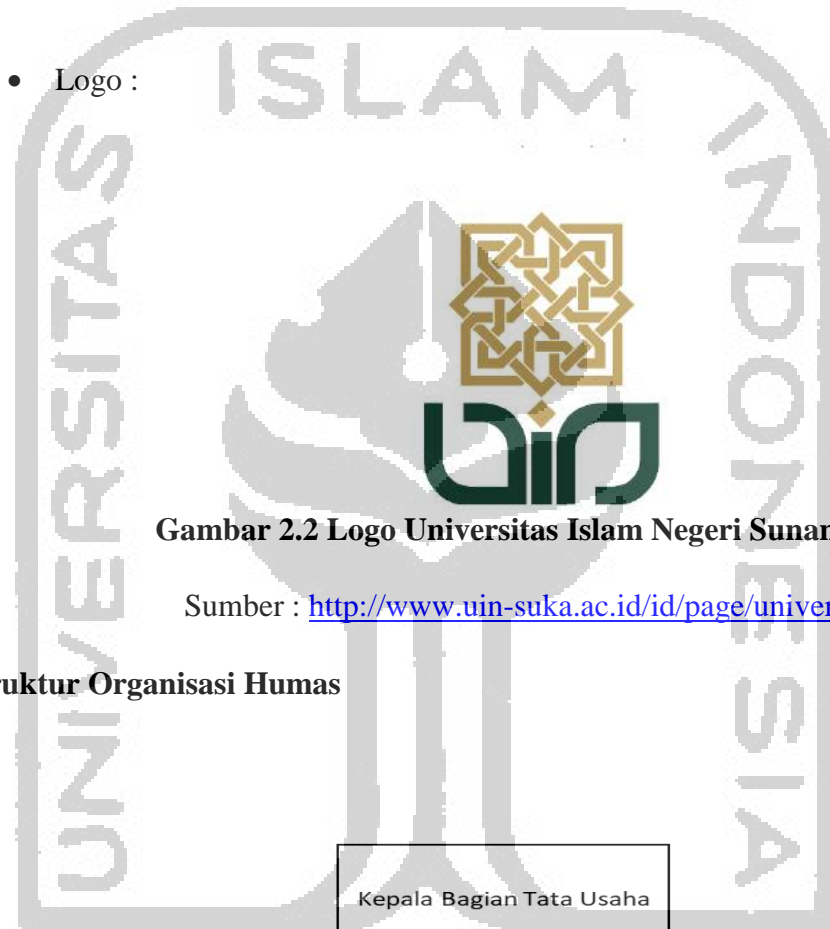
### **2. Visi, Misi, dan Logo**

- Visi :  
Unggul dan Terkemuka dalam Pemaduan dan Pengembangan Keislaman dan Keilmuan bagi Peradaban
- Misi :
  - a. Memadukan dan mengembangkan studi keislaman, keilmuan, dan keindonesiaan dalam pendidikan dan pengajaran.
  - b. Mengembangkan budaya ijtihad dalam penelitian multidisipliner yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.

c. Meningkatkan peran serta institusi dalam menyelesaikan persoalan bangsa berdasarkan pada wawasan keislaman dan keilmuan bagi terwujudnya masyarakat madani.

d. Membangun kepercayaan dan mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi.

- Logo :



**Gambar 2.2 Logo Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Sumber : <http://www.uin-suka.ac.id/id/page/universitas/62>

### 3. Struktur Organisasi Humas



**Tabel 2.2 Struktur Organisasi Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

#### **4. Fungsi Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Fungsi dari divisi humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

- a) Untuk mempublikasikan segala tentang pengembangan akademik kepada publik.
- b) Melayani keterbukaan informasi antara publik dengan Universitas Islam Sunan Kalijaga.
- c) Menjembatani publik dengan pihak yang terkait dengan kebutuhan informasi publik.
- d) Melayani media massa.

#### **5. Tugas Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Tugas yang dilakukan oleh divisi humas terdiri dari:

- a) Meliput dan membuat berita tentang Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- b) Melayani tamu yang ingin berhubungan dengan Universitas
- c) Melayani apa yang di inginkan atasan
- d) Membantu tugas-tugas dari divisi lain

#### **6. Kewenangan Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Kewenangan divisi humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga itu terikat, di karenakan divisi humas hanya setingkat Sub Bagian. Jadi segala tindakan dari divisi humas di dasarkan dari perintah pihak yang lebih tinggi.

## BAB III

### TEMUAN PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan mengenai temuan-temuan yang didapat oleh peneliti dari hasil wawancara dengan masing-masing narasumber yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada pembahasan ini penulis akan membahas hasil penelitian mengenai manajemen isu yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dan Universitas Islam Indonesia dalam mengatasi isu negatif yang menerpa universitas. Manajemen isu sangat lah penting bagi universitas, karena ini adalah langkah awal untuk menanggulangi masalah yang mungkin atau akan terjadi pada universitas. Berikut adalah data dari narasumber penelitian ini :

**Tabel 3.1 Data Narasumber Penelitian**

No	Nama	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Dr. Iva Ariani, S.S.,M.Hum.	Kepala Humas Universitas Gadjah Mada	21 Februari 2019
2	Dra. Weni Hidayati	Staf Sub Bagian Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga	24 Februari 2019
3	Amin Surachmad	Kepala Redaksi Radar Jogja	2 Juli 2019
4	Nugroho Nurcahyo	Redaksi Pelaksana Harian Jogja	19 Agustus 2019

### 3.1 Manajemen Isu oleh Humas Universitas Gadjah Mada

#### 3.1.1 Divisi Humas di Universitas Gadjah Mada

Humas (*Public Relations*) adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya, pada dasarnya humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial.

Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Humas itu sangat di perlukan dalam sebuah institusi, karena humas itu ibaratnya sebuah jendela, apa yang ada di institusi bias di lihat oleh masyarakat ya melalui humas, dan apa yang ada di luar bias di lihat oleh institusi juga melalui humas. Apalagi di era sekarang yang mana informasi sangat terbuka sekali, humas ini menjadi kunci untuk branding reputasi sebuah institusi.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Universitas Gajah Mada sangat mengetahui bahwa divisi humas sangat dibutuhkan di dalam suatu institusi, divisi humas menjadi sarana pengamat dalam mengawasi segala hal di sekitar lingkup institusi, selain itu humas juga menjadi jembatan penghubung antara publik dan universitas. Untuk mengoptimalkan kinerja dari divisi humas, maka dibutuhkan nya kerjasama yang baik antar anggota divisi humas dan setiap anggota humas memiliki tugas masing-masing yang saling mendukung satu sama lain. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Di dalam divisi humas kami terdiri dari berbagai bagian yang siap memantau keadaan yang ada di sekitar institusi. Ada staf yang bertugas untuk memonitoring, ada juga staf yang berfokus pada media sosial, hal ini kami siap kan untuk membuat institusi kami selalu siap sedia jika ada sesuatu hal yang melibatkan institusi kami.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Humas memiliki peran yang sangat penting untuk sebuah institusi tetapi pada kenyataannya divisi humas kadang hanyalah di pandang sebelah mata saja. Padahal humas mempunyai banyak sekali fungsi, baik eksternal maupun internal yang dijalankan dalam sebuah organisasi maupun dalam instansi. Adapun bagian-bagian fungsi dari humas dalam hubungan internal dan eksternal yaitu : (1) Bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan juga bermanfaat bagi organisasi untuk mencapai kesuksesannya. (2) *Publisitas* adalah informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi tersebut mempunyai nilai berita. (3) *Advertaising* adalah informasi yang ditempatkan di media oleh perusahaan ataupun sponsor untuk mendapatkan ruang serta waktu dalam penempatan informasi tersebut. (4) *Press agentry* adalah penciptaan berita dan peristiwa yang bernilai berita untuk menarik perhatian media massa dan mendapatkan perhatian publik. (5) *Public affairs* adalah bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan juga komunitas. (6) *Lobbying* adalah berfungsi untuk menjalin dan memelihara hubungan kepada pihak yang terkait. (7) manajemen isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi isu-isu kebijakan publik. (8) hubungan investor adalah merupakan bagian humas dalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungan bermanfaat dan saling menguntungkan dengan stakeholder dan pihak lainnya. (9) pengembangan adalah bagian khusus humas dalam organisasi nirbala yang bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan dengan donor atau anggota dengan tujuan mendapatkan dana dan dukungan sukarela (Cutlip, 2000: 11-27). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Untuk di UGM memang divisi humas memiliki kekuatan untuk menjadi garda depan sebuah institusi tetapi masih banyak di luar sana yang menggunakan divisi humas hanya sebagai sesuatu hal yang remeh, yang tugas nya hanya seputar menkliping berita ataupun petugas dokumentasi. Padahal divisi humas memiliki peran yang lebih penting dari itu.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Humas merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Maka dari itu humas diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

### 3.1.2 Pandangan Umum Humas Universitas Gadjah Mada Terhadap Isu Negatif

Isu bermula dari adanya ketidaksesuaian antara pengharapan publik dengan praktek organisasi yang apabila diabaikan bisa berdampak merugikan bagi organisasi. Isu yang berkembang tidak ditanggapi secara tepat, tidak saja menghambat pencapaian tujuan organisasi, tetapi dapat juga membahayakan kelangsungan hidup organisasi. Setiap perguruan tinggi memiliki kriterianya sendiri dalam melihat sebuah isu negatif, bagi universitas gadjah mada apa hal yang di anggap sebagai isu negatif :

*“Segala isu yang mungkin bisa merusak citra baik organisasi kami maka itu lah yang kami anggap sebagai isu negatif. Saat ada berita negatif yang menyangkut UGM dan hal itu kemungkinan akan menjadi viral maka kami akan segera tangani dengan cepat.”*  
(Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat di ketahui bahwa universitas gadjah mada menganggap segala isu yang bisa merusak citra baik dari perguruan tinggi adalah sebuah isu negatif. Isu negatif yang datang menyerang universitas gadjah mada pastilah tidak hanya satu ataupun dua, bagaimana cara dari tim humas dalam menilai sebuah isu negatif yang ada, agar bisa di prioritaskan untuk segera di tangani :

*“Nilai sebuah isu negatif menurut kami, jika itu hanya sebuah isu yang tidak memiliki kebenaran maka itu hanyalah sebuah omong kosong, tetapi jika isu itu benar terjadi maka itu adalah hal yang sangat penting, kami harus dengan cepat memberikan informasi kepada publik apa yang sebenarnya terjadi agar isu itu tidak berkembang menjadi lebih buruk lagi.”* (Hasil wawancara dengan



Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat di ketahui bahwa nilai sebuah isu negatif sangatlah penting bagi universitas gadjah mada jika isu tersebut benar adanya. Karena isu-isu tersebut dapat berubah menjadi sebuah krisis yang dapat mengganggu dan merusak citra dari sebuah institusi. Divisi humas dapat dikatakan sebagai ujung tombak bagi pertahanan dari sebuah universitas, segala sesuatu yang mungkin bisa merusak citra dari universitas adalah musuh bagi divisi humas. Maka dari itu di perlukan penanganan tepat yang dilakukan untuk mengatasi masalah ini. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Sebuah isu pasti kita tidak tau kapan akan datang, jika kami mendengar sebuah isu tentang universitas, kami harus segera memeriksanya, misal itu hanya isu tanpa dasar, kami tidak perlu terlalu khawatir tetapi jika isu itu adalah sebuah kenyataan itu bisa berdampak buruk bagi kami, maka dari itu cara yang paling baik adalah kami harus jujur kepada masyarakat, kita harus menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi tanpa menutup-nutupi kebenaran yang ada”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat di ketahui bahwa di Universita Gajah Mada sendiri khususnya divisi humas tahu betul bahwa sebuah isu bisa datang kapan pun dan dimana pun. Dan menurut divisi humas sebuah kejujuran adalah langkah yang paling baik yang harus di lakukan jika sebuah isu menyerang.

### **3.1.3 Isu Negatif yang Pernah Menimpa Universitas Gadjah Mada Periode 2016-2018**

Dalam beberapa tahun ini universitas gadjah mada telah menghadapi beberapa isu negatif yang menimpa mereka, semua isu negatif ini di selesai kan dengan baik, beberapa contoh nya sudah di jabarkan secara langsung oleh ketua humas dari universitas gadjah mada :

*“Isu negatif yang lumayan banyak terdengar sebelum nya tentang masalah biaya UKT di universitas kami yang mahal, media social heboh membicarakan hal ini dikarenakan sebuah berita yang*

*mengatakan bahwa mahasiswa Universitas Gadjah Mada haruslah membayar UKT sangat besar untuk persemesternya selain itu terjadi juga demo yang dilakukan oleh mahasiswa kami. Padahal sebenarnya biaya itu adalah uang spp tertinggi dari jurusan kedokteran, tetapi oleh media di sama ratakan dan di dikatakan bahwa semua mahasiswa harus membayarkan uang spp sebesar itu.” (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).*

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa universitas Gadjah Mada pernah mengalami isu negatif dikarenakan kesalahan penafsiran oleh masyarakat tentang iklan yang di buat oleh salah satu perusahaan asuransi, kesalahpahaman ini menyebabkan terbentuknya isu negatif yang menyerang citra dari perguruan tinggi.



**Gambar 3.1 Iklan yang dibuat oleh Jiwasraya**

Isu ini berawal sebuah iklan yang di lakukan perusahaan asuransi jiwasraya yang berisi tentang prediksi mereka tentang biaya kuliah di universitas-universitas bergensi yang yang selalu meningkat setiap tahun nya, setelah berita ini di keluarkan, berita ini mendapatkan perhatian yang cukup banyak oleh masyarakat. Iklan ini pun disebarakan dengan cepat oleh banyak masyarakat melalui media sosial. Salah satu sorotan yang paling besar pada masalah ini adalah jumlah biaya kuliah setiap semesternya dari Universitas Gadjah Mada. Dari sinilah isu tentang UKT mahal Universitas Gadjah Mada

tersebar. Hal ini pun sesuai dengan pernyataan yang di sampaikan oleh pihak humas Universitas Gadjah Mada :

*“Jadi asal mula kesalahpahaman isu tentang UKT mahal terjadi karena pemberitaan suatu media tentang biaya kuliah di UGM. Jadi hal pertama yang kami lakukan adalah melakukan diskusi dengan media tersebut, agar berita yang tidak lengkap tersebut di betulkan. Selanjutnya untuk memperbaiki citra yang telah rusak di masyarakat, tim humas melakukan pertemuan antar pihak universitas dengan pihak perusahaan asuransi, setelah itu hasilnya segera kami buat press release selain itu kami juga membuat berbagai artikel tentang prestasi-prestasi yang diraih oleh UGM, terutama prestasi yang didapat oleh mahasiswa kurang mampu yang mendapatkan beasiswa, hal ini di lakukan agar masyarakat tau bahwa di UGM itu orang kurang mampu pun bisa kuliah di sini dan berprestasi. Pembuatan artikel ini di lakukan selama beberapa waktu secara terus menerus agar citra UGM kembali membaik.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Untuk itu memperbaiki masalah ini diperlukan penangan yang tepat oleh humas untuk mengembalikan citra yang dimiliki oleh Universitas Gadjah Mada, berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada melakukan penanganan dengan cepat selain itu juga pihak humas melakukan penanganan isu dengan cara tidak langsung, tim humas memberikan informasi baik tentang universitas secara terus-menerus kepada masyarakat, dengan begitu citra universitas dapat kembali sedikit demi sedikit. Selain itu pihak Universitas Gadjah Mada telah mengeluarkan pernyataan resmi di website Universitas Gadjah Mada terkait masalah ini.



**Gambar 3.2 Klarifikasi yang dibuat oleh Humas UGM**

Dalam pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh pihak Universitas Gadjah Mada berisi tentang hasil pertemuan yang dilakukan oleh pihak perusahaan asuransi Jiwasraya dan pihak humas Universitas Gadjah Mada, pihak dari perusahaan asuransi mengakui tentang kesalahan yang mereka perbuat dalam promosi yang dilakukan oleh mereka sebelumnya dan berjanji akan memperbaiki diri lagi. Dalam pernyataan resmi ini pun pihak Universitas Gadjah Mada yang di wakilkkan oleh wakil rektor, pihak Universitas Gadjah Mada memberikan pernyataan bahwa biaya kuliah dari mahasiswa mereka disesuaikan dengan kemampuan finansial dari keluarga mereka masing-masing dan juga tingkat prestasi mahasiswa, disebutkan bahwa biaya kuliah di ugm memiliki tingkatan yaitu dari tingkat 1 hingga tingkat 7, yang mana tingkat 1 biaya kuliah yang harus di bayarkan oleh mahasiswa adalah gratis, dan tingkat paling tinggi adalah sebesar 26 juta setiap semesternya. Selain isu tentang UKT mahal masih ada isu lain yang menyerang universitas gadjah mada, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Isu yang lumayan viral selanjutnya adalah kasus pembunuhan seorang mahasiswi yang terjadi di toilet kampus UGM, masalah ini selain merusak citra kami ,masalah ini juga menjadi berita duka*

*yang besar bagi keluarga besar UGM. Viral nya masalah ini pada saat itu menyebabkan berbagai gosip-gosip yang tidak benar tentang penyebab kematian mahasiswi kami pada saat itu.” (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).*

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa universitas gadjah mada mengalami isu negatif dikarenakan terjadi pembunuhan seorang mahasiswi di wilayah kampus Universitas Gadjah Mada, banyak isu yang menyebar di kalangan masyarakat tentang penyebab dan tersangka pembunuhan mahasiswi tersebut.



**Gambar 3.3 Berita Tentang Kematian Mahasiswi UGM**

Kejadian ini berawal dari penemuan jasad seorang gadis di kamar mandi lantai 5 di fakultas MIPA Universitas Gadjah Mada, gadis ini merupakan salah satu mahasiswi universitas tersebut, diketahui bahwa gadis ini telah dilaporkan hilang sejak 3 hari sebelum ditemukan. Penemuan mayat ini diketahui berawal dari beberapa mahasiswi yang merasa janggal dengan salah satu bilik kamar mandi yang selalu terkunci dalam waktu lama. Dalam kejadian seperti ini diperlukan penanganan segera dan tepat oleh humas agar tidak menimbulkan rumor-rumor di masyarakat, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Di era global seperti sekarang ini segala sesuatu tidak bisa di tutupi, bagaimana pun kita tutupi sebuah masalah pasti masyarakat bisa mencium masalah tersebut. Jadi hal yang di lakukan oleh tim humas untuk mengatasi masalah ini adalah dengan cara*

*memberitahukan masyarakat progres terbaru yang dilakukan pihak universitas dan kepolisian tentang masalah kematian mahasiswi kami, mungkin pada awalnya banyak isu-isu yang tidak benar tetapi seiring berjalannya waktu kebenaran tentang pembunuhan ini akan berhasil terungkap, dan di temukan lah bahwa pembunuhan ini dilakukan oleh petugas kebersihan UGM dengan motif ekonomi. Setelah masalah selesai kami tim humas selalu mengevaluasi hal-hal yang telah terjadi, karena hal negatif ini bisa menjadi pelajaran bagi tim humas untuk kedepannya.” (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).*

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa universitas gadjah mada menagani isu negatif dengan cara memberitahukan progres penyelidikan secara cepat dan terbuka kepada masyarakat dengan tujuan mengurangi rumor-rumor yang mungkin terbentuk di masyarakat, tim humas juga selalu melakukan evaluasi masalah yang terjadi agar jikat terjadi masalah yang serupa, pihak humas dan kampus dapat menyelesaikan dengan baik dan cepat, dengan begitu masalah tidak akan telalu lama berlangsung. Selain isu tentang pembunuhan mahasiswi Universitas Gadjah Mada masih ada isu lain yang menyerang universitas gadjah mada, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Isu selanjutnya adalah tentang isu kebakaran yang terjadi di wilayah jurusan teknik yang viral dikarenakan video amatir yang di bagikan oleh orang sekitar yang tidak sengaja lewat di dekat area kebakaran, banyak isu yang menyebar di media sosial mengatakan bahwa kebakaran terjadi di karenakan mahasiswa yang sedang mengerjakan praktek, isu yang menyebar mengatakan bahwa praktek yang di lakukan tidak dilakukan dengan standart keamanan yang benar, alhasil kebakaranpun terjadi.” (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).*

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa universitas gadjah mada mengalami isu negatif dikarenakan video amatir tentang kebakarn yang terjadi di jurusan teknik, banyak isu yang mengatakan bahwa kebakaran terjadi karena praktek perkuliahan yang tidak sesuai dengan standar yang ada. Untuk itu diperlukan penangan segera dan tepat oleh humas untuk menghentikan rumor-rumor salah yang

tersebar di masyarakat, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Untuk mengatasi masalah ini pihak humas mengumpulkan pihak-pihak yang terkait dan melakukan diskusi untuk mengetahui masalah apa yang sebenarnya terjadi, lalu dari diskusi itu diketahui bahwa kebakaran sebenarnya terjadi bukan karena praktek yang dilakukan oleh mahasiswa tetapi karena arus pendek yang terjadi di kelas yang sedang di renovasi ulang. Untuk meluruskan kesalahpahaman yang terjadi, pihak humas melakukan kerjasama dengan para ahli untuk melakukan pernyataan agar pernyataan yang di lontarkan pihak kampus lebih kredibel dan bisa di percaya oleh masyarakat.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa universitas gadjah mada menagani isu negatif dengan cara melakukan dengan pihak-pihak ahli dari kampus dan kepolisian agar mendapatkan pernyataan yang mempunyai kredibilitas adar bisa di percaya oleh masyarakat, segala tindakan yang dilakukan oleh pihak humas dilakukan dengan matang dan terencana, pihak humas Universitas Gadjah Mada memiliki pedoman bahwa segala tindakan yang dilakukan oleh tim humas haruslah jujur sesuai dengan apa yang terjadi.

#### **3.1.4 Strategi Humas Universitas Gadjah Mada dalam Mengatasi Isu Negatif**

Sebuah isu, terlepas dari benar atau tidak, jika tidak direspons dengan baik akan menyebabkan dampak yang merugikan. Isu yang tidak dikelola dengan baik, akan menyebabkan krisis dan krisis berpotensi mengancam reputasi universitas. Di butuhkan cara agar pihak universitas dapat mengantisipasi isu yang mungkin akan datang kapan pun dan dimana pun, disinilah peran divisi humas untuk membuat tindakan yang tepat untuk siap mengantisipasi masalah yang datang. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Saat isu negatif belum menimpa, kami harus selalu mengawasi apa yang terjadi di masyarakat, saat ada sesuatu hal di masyarakat yang mungkin akan memberikan dampak bagi universitas, kami akan secepatnya memberikan pemahaman kepada masyarakat lewat beberapa media yang kami gunakan.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Sebuah antisipasi yang baik dari pihak universitas dapat mengurangi kemungkinan isu negatif menjadi berkembang lebih besar. Tetapi walaupun sudah mengantisipasi dengan baik, kadang kala ada isu negatif besar yang tidak dapat di tanggulasi hanya dengan pencegahan awal dari pihak humas, maka dari itu di butuhkan kerja sama yang dilakukan oleh semua pihak dari universitas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Gadjah Mada :

*“Pada saat isu negatif yang besar datang kami langsung membentuk tim komunikasi publik yang berisikan para petinggi yang ada di UGM, dalam pertemuan ini kami membahas tentang statement apa yang akan di keluar kan, ini di maksudkan agar tidak terjadi perbedaan statement saat salah satu pihak UGM di wawancarai. Untuk membuat statement tim humas harus bekerja sama juga dengan pihak yang paling dekat dengan isu, agar statement yang akan di buat memiliki dasar yang jelas.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa kerjasama antar pihak yang ada sangat lah penting untuk memperkuat statement yang akan dibuat oleh divisi humas. Berbagai bagian dari universitas harus lah saling mendukung satu sama lain untuk menyelesaikan masalah. Karena dalam menyelesaikan isu negatif tidaklah bisa hanya mengandalkan divisi humas semata. Kerjasama antar semua pihak dalam mengatasi isu negatif dapat mengurangi tingkat kesalahan yang mungkin akan terjadi pada saat memberikan statement, selain itu dengan adanya statement yang telah dirancang dengan matang di harapkan masyarakat bisa terlepas dari kesalahpahaman isu negatif dan masalah itu akan menghilang. Tetapi walapun sudah memberikan pernyataan yang jelas, seringkali masyarakat tetap tidak memahami dengan baik apa yang di sampaikan oleh pihak



kampus, apalagi dalam platform media sosial yang mana adalah media interaksi secara langsung, publik bisa langsung berkomentar seanehnya yang dapat memperparah isu negatif, maka dari itu di butuhkan penanganan lanjutan yang dilakukan oleh divisi humas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Gadjah Mada :

*“Saat ada beberapa publik yang kontra terhadap statement yang telah kami sampaikan, pihak kami tidak bisa menggunakan cara paksa, kami biasanya menggunakan teori jarum suntik yang mana kami secara terus menerus memberikan informasi yang sebenarnya kepada publik, pihak universitas akan melakukan itu sampai publik mengerti apa yang sebenarnya terjadi.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa penggunaan teori jarum suntik yang di gunakan Universitas Gadjah Mada dalam menghadapi isu negatif dapat membantu untuk merubah pola pikir masyarakat yang kontra dengan statement dari pihak universitas. Strategi teori jarum suntik (*Hypodermic Needle Theory*) ini adalah strategi yang tepat untuk menghadapi media social yang sangat interaktif, strategi ini memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksikan secara mendalam ide-ide ke dalam benak masyarakat.

Manajemen isu dikatakan merupakan sebuah alat yang dapat digunakan oleh institusi untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu-isu tersebut dapat membahayakan kelangsungan usaha. Di setiap institusi memiliki strategi manajemen isu tersendiri yang mereka punya, divisi humas lah yang memiliki kewajiban untuk menemukan strategi yang paling tepat untuk menangani isu negatif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Gadjah Mada :

*“Strategi terbaik dalam mengatasi isu negatif adalah kejujuran, keterbukaan, dan kecepatan. Karena pada era ini kita tidak bias menutup-nutupi informasi yang ada, publik juga selalu haus akan informasi maka dari itu pihak kita harus terbuka, dan dalam memberikan informasi kita harus cepat.”* (Hasil wawancara dengan

Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Uraian diatas menjelaskan bahwa strategi yang terbaik dalam menangani isu negatif adalah kejujuran, keterbukaan dan kecepatan dalam menyampaikan informasi seputar isu kepada masyarakat. Kejujuran disini berarti pihak universitas harus lah jujur tentang apa yang terjadi sebenarnya, disini pihak humas lah yang memiliki tanggung jawab untuk membuat statement agar masyarakat bias paham apa yang terjadi sebenarnya. Lalu ada keterbukaan yang berarti pihak universitas tidak menutup-nutupi masalah yang terjadi, karena jika menutup-nutupi masalah pasti akhirnya akan terbongkar juga yang membuat masalah akan menjadi semakin besar. Lalu yang terakhir adalah kecepatan dalam memberikan statement kepada masyarakat, karena jika terlambat dalam memberikan informasi akan menyebabkan masyarakat membuat opini nya masing-masing yang menyebabkan salah paham. Setelah melewati berbagai isu negatif yang telah menimpa, rencana kedepan sebuah universitas sangat lah penting agar dapat menyelesaikan isu negatif lain yang akan menyerang. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Gadjah Mada :

*“Rencana kedepan kami adalah peningkatan SDM, karena di saat ini kecepatan informasi dengan kecepatan tenaga dari pihak kami tidak berbanding lurus. Staf yang di butuh kan saat ini adalah orang yang memiliki kecakapan dalam penggunaan internet karena ini bias menjadi alat yang ampuh dalam penanganan isu.”* (Hasil wawancara dengan Iva Ariani selaku Kepala Humas Universitas Gadjah Mada pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa menurut ketua humas dari universitas gadjah mada hal yang dapat meningkatkan kekuatan universitas dalam menghadapi sebuah isu negatif adalah menambahkan jumlah dari SDM yang berkualitas pada divisi humas. Penambahan jumlah personil dari divisi humas sama dengan meningkatkan presentase dalam keberhasilan mengantisipasi masalah yang mungkin akan datang kedepannya di universitas gadjah mada.

### **3.2 Manajemen Isu oleh Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

#### **3.2.1 Divisi Humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Keberadaan hubungan masyarakat (humas) sangatlah diperlukan khususnya dalam mengkomunikasikan kebijakan yang telah dibuat oleh universitas, humas di setiap universitas yang memiliki tugas yang berbeda-beda sesuai dengan kebijakan dari masing-masing universitas. Humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga bertugas sebagai media penghubung antara masyarakat dengan universitas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Humas di universitas ini berada dalam struktur organisasi pada tingkat sub bagian di bawah bagian tata usaha, biro administrasi umum dan keuangan, tim kami tidak memiliki kekuasaan sama sekali di karenakan tim humas hanyalah sub bagian di universitas ini. Jadi program-program kerja kami masih terbatas melaksanakan dari universitas , melaksanakan pekerjaan yang ditugaskan oleh rektor, para pimpinan lain nya dan membantu program-program dari semua bagian dan unit-unit di kampus ini. Tim humas di universitas bisa di katakan sebagai jembatan penghubung antara masyarakat di luar dengan universitas dan antara universitas dengan dunia luar terkait keterbukaan informasi dan fungsi membangun citra institusi.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa humas di UIN tidak memiliki wewenang yang bisa di gunakan untuk membuat keputusan, jadi segala tindakan dari humas adalah perintah dari pimpinan. Di dalam humas sendiri memiliki beberapa bagian penting yang menunjang pekerjaan mereka. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Di tim humas memiliki beberapa divisi yang mempunyai tugas yang berbeda-beda yaitu ada yang bertugas mendokumentasi, ada yang bertugas pendokumentasian foto dan audio, ada yang bertugas mengupdate web dan sosial media, ada yang bertugas menjalin hubungan baik dengan media massa, membuat press realesse dan mengurus kliping media. Ada yang bertugas pelayanan tamu dan permintaan data. Namun setiap devisi saling berhubungan dan saling membantu.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa di tim humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berbagai bagian penting untuk melaksanakan tugas mereka. Selain itu tim humas juga memiliki peran pendukung bagi divisi lain, jadi saat divisi lain membutuhkan bantuan tim humas harus siap membantu. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Tim humas disini memiliki tanggung jawab dalam membantu segala urusan dari divisi publikasi dan dokumentasi, saat ada divisi yang membutuhkan dokumentasi maka tim humas harus siap membantu divisi lain, setelah itu tim humas memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan citra dari UIN dengan cara memberitakan kepada publik apa yang telah di hasil kan oleh universitas kami melalu berbagai macam media baik konvesional maupun media online.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Humas merupakan penghubung yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Maka dari itu humas diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

### **3.2.2 Pandangan Umum Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Terhadap Isu Negatif**

Munculnya sebuah isu yang menimpa sebuah universitas tidak bisa di prediksi sebelumnya, oleh karena itu sebuah universitas haruslah siap sedia untuk mengatasi berbagai isu yang datang, karena isu-isu tersebut dapat berubah menjadi sebuah krisis. Kadang kala sebuah isu adalah hasil dari melenceng nya suat informasi yang menyebabkan kesalahpahaman pada publik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Isu negatif sebenarnya adalah kesalah pahaman yang terjadi karena pemberitaan yang dilakukan oleh media yang membuat*

*masyarakat memandang buruk institusi. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya reputasi dari institusi kami di mata masyarakat, maka dari itu segala isu harus segera diselesaikan.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri khususnya divisi humas sangat tahu bahwa, dari sebuah isu negatif bias menyebabkan rusaknya reputasi dari suatu universitas. Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri telah terjadi beberapa isu yang menyerang mereka. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Di Universitas ini tidak terlalu banyak masalah tentang isu negatif yang terjadi tetapi beberapa isu negatif yang pernah terjadi membuat nama baik dari UIN sedikit tercoreng. Kasus itu seperti isu demo yang sering di lakukan oleh mahasiswa kami, padahal sebenarnya banyak peserta demonstrasi yang sebenarnya bukan mahasiswa UIN tetapi mengatasnamakan UIN, lalu isu yang paling berat adalah isu negatif tentang pelarangan penggunaan cadar di wilayah kampus, masalah ini sangat lama untuk bisa di selesaikan.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Dari wawancara di atas kita bias tahu bahwa Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga telah melewati banyak isu negatif yang menimpa mereka, menurut tim humas sendiri kadang kala sebuah isu negatif telah diciptakan oleh media tertentu demi meningkatkan rating mereka dengan membuat hal yang seharusnya biasa menjadi sebuah kontroversi .

### **3.2.3 Isu Negatif yang Pernah Menimpa di Universitas Islam Sunan Kalijaga Periode 2018**

Dalam beberapa tahun ini universitas islam negeri sunan kalijaga menghadapi berbagai isu negatif, selaku humas dan seluruh pihak universitas ikut bekerjasama untuk menyelesaikan isu negatif yang menyerang. Beberapa contohnya sudah di jabarkan secara langsung oleh ketua humas dari universitas islam negeri sunan kalijaga :

*“Salah satu isu yang pernah menyerang UIN adalah isu tentang dosen UIN yang menjadi penyebar hoax, masalah ini sangat membuat citra dari universitas kami jadi tercoreng, banyak pihak yang menyalahkan kami atas kejadian ini.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut kita dapat mengetahui bahwa universitas juga pasti terkena imbas dari segala tindakan yang dilakukan oleh dosen ini, masalah ini bisa merusak citra baik dari universitas islam negeri sunan kalijaga. Maka dari itu dibutuhkan penanganan yang tepat oleh pihak humas, apalagi masalah hoax di Indonesia saat ini sangat meresahkan banyak pihak.



**Gambar 3.4 Status yang dibuat oleh Dosen penyebar Hoax**

Isu ini berawal dari sebuah unggahan status di media sosial facebook yang berisi tentang terjadinya kasus pembunuhan seorang meadzin yang dilakukan oleh orang gila yang disuruh oleh anggota PKI. Berita ini pun menjadi viral dibahas oleh masyarakat, setelah diselidiki oleh kepolisian ternyata berita ini adalah hoax yang dibuat-buat. Setelah dilakukan penyelidikan ternyata, dosen ini merupakan dosen dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Pernyataan ini di sanggah oleh pihak universitas, dikatakan bahwa pelaku bukan lagi dosen yang terikat pada universitas, selain itu dosen ini hanyalah dosen sementara di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Pernyataan ini adalah hasil dari

investigasi yang dilakukan oleh pihak humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Staf Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Jadi untuk menghadapi masalah ini, pertama kami dari tim humas melakukan riset dengan melakukan wawancara kepada kepala pusat Bahasa, yang mana dosen yang di isukan menyebar hoax itu sebelumnya mengajar di pusat bahasa dibawah tanggung jawab pimpinan pusat bahasa. Setelah itu diketahui bahwa dosen yang bersangkutan ternyata telah keluar dari UIN sebelum terkenal sebagai menjadi anggota penyebar hoax, jadi dosen tersebut bukan lah bagian dari kami. Setelah mengetahui keadaan sebenarnya kami pun menemui rector selaku pembuat keputusan utama di UIN, rektor pun memberi perintah untuk membuat press release. Dibutuhkan beberapa waktu agar masalah ini mulai mereda.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 21 Februari 2019).

Dari hasil wawancara tersebut dapat kita simpulkan bahwa pihak humas melakukan riset terlebih dahulu sebelum melakukan klarifikasi terhadap masalah yang terjadi, lalu keputusan yang dilakukan oleh universitas islam negeri sunan kalijaga harus di setuju oleh rector selaku pemegang keputusan tertinggi. Selain masalah tentang dosen hoax ini masih ada isu negatif lain yang menyerang UIN, Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Isu yang viral selanjutnya adalah isu pelarangan penggunaan cadar oleh universitas islam negeri sunan kalijaga kepada mahasiswinya, masalah ini terjadi karena berita-berita yang di buat oleh media yang membuat masyarakat salah paham akan keinginan dari pihak universitas. Viral nya masalah ini viralnya masalah ini sangat merusak citra islam di kampus kami, masalah ini, isu ini menjadi masalah terberat yang kami alami dalam beberapa tahun terakhir. (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 21 Februari 2019).*

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut kepala humas UIN berpendapat bahwa medialah yang membuat opini masyarakat menjadi salah, artikel-artikel tentang

pelarangan cadar yang di buat terus-menerus membuat kemarahan masyarakat tertuju kepada UIN. Bagaimana isu ini bisa menjadi besar dan jadi masalah berat bagi UIN.



**Gambar 3.5 Surat edaran yang dibuat oleh UIN Suka tentang Pembinaan Cadar**

Isu ini berawal dari tersebarnya surat edaran resmi yang di buat oleh pihak universitas, surat edaran ini sendiri berisi tentang aturan penertiban penggunaan cadar, yang mana pendataan mahasiswi penggunaan cadar dimulai pada tanggal 28 februari 2018. Selanjutnya mahasiswi yang menggunakan cadar akan diberikan pembinaan dan konseling secara khusus setiap seminggu sekali sebanyak 7 kali, dan misal mahasiswi itu tetap tidak melepaskan cadar mereka, mahasiswi tersebut di persilahkan untuk keluar dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dari sini lah muncul banyak tanggapan negatif atas kebijakan yang di keluarkan oleh pihak universitas dari publik, masalah ini pun menjadi viral selama beberapa minggu dan diberitakan oleh berbagai media. Hal ini pun sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Staff Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Pada awalnya masalah ini bermula dari dibuatnya surat pembinaan untuk mahasiswi UIN yang menggunakan cadar, pihak kampus sebenarnya ingin membina para mahasiswi ini agar tidak mengarah kepada islam yang radikal. Tapi ada beberapa orang yang tidak memahami maksud dari pihak kampus dan melakukan*



penolakan, masalah menjadi lebih besar karena media ikut memberitakan dengan judul-judul yang kontroversial yang membuat masyarakat marah dan berpikir bahwa pihak UIN melarang penggunaan cadar di kampus. (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa media mengambil peran penting dari membesarnya masalah ini, selain itu masih banyak masyarakat yang terpancing dengan artikel yang mengatakan tentang pelarangan cadar, Untuk mengatasi masalah ini seluruh pihak di dalam kampus harus bekerja sama agar secepatnya membersihkan nama baik dari universitas islam negeri sunan kalijaga,



**Gambar 3.6 Surat edaran tentang pembatalan pembinaan Mahasiswi bercadar**

Tindakan pertama yang dilakukan oleh pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga adalah dengan memberi pernyataan kepada media alasan kenapa mereka memberikan kebijakan tersebut. Dalam pernyataan yang disampaikan kepada media pihak universitas membuat aturan tersebut berdasarkan untuk mencegah mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tidak terjerumus dalam golongan islam yang radikal. Setelah pernyataan tersebut, publik tetap tidak menerima penjelasan dari pihak universitas dan

terus mendesak pihak universitas, berbagai penolakan datang dari berbagai pihak yang membuat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan terpaksa menarik surat edaran tentang pembinaan mahasiswa bercadar dengan alasan untuk menjaga lingkungan belajar agar tetap kondusif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Hal pertama kali yang kami lakukan adalah melakukan pertemuan dengan seluruh pihak penting di kampus, setelah melakukan perundingan rector memberikan arahan untuk memberikan statement bahwa pihak kampus tidak merasakan melakukan perbuatan salah, dan melakukan penjelasan apa yang terjadi kepada masyarakat. Setelah itu kami tim humas menyiapkan press release yang akan di sampaikan kepada publik bekerja sama dengan dosen yang memiliki kompetensi keilmuan islam terkait busana bercadar. Tetapi respon yang kami terima dari masyarakat tidak membaik. Kami pun mengadakan pertemuan kembali karena berbagai upaya yang kami lakukan tidak membuat masyarakat tenang, lalu kami pun sepakat untuk menarik lagi surat tentang pembinaan kepada mahasiswa yang bercadar, dan masyarakatpun mulai tenang kembali.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 21 Februari 2019).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa kita bisa mengetahui bahwa tetap keras kepala walaupun apa yang kita lakukan benar itu tidak bisa menyelesaikan semua masalah, pihak universitas islam negeri sunan kalijaga pun memahami itu agar tidak menjadi masalah yang lebih besar, pihak universitas pun mengalah dengan mencabut keputusan yang sebelumnya pernah mereka buat, setelah itu mereka menggunakan cara yang lebih tertutup agar tidak membuat salah paham masyarakat lagi.

### **3.2.4 Strategi Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam Mengatasi Isu Negatif**

Setiap universitas tidak pasti memiliki cara tertentu untuk mempersiapkan diri menghadapi sebuah isu negatif mungkin bisa datang kapan saja, walaupun begitu pihak humas memiliki cara untuk menanggulangi kemungkinan masalah yang akan datang. Hal

tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Saat tidak ada masalah kami tidaklah menyiapkan apapun, tetapi kami selalu membaca berita di Koran untuk mengantisipasi kemungkinan ada berita yang menyangkut dengan universitas kami.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Dari wawancara di atas kita dapat mengetahui bahwa antisipasi sebuah isu sangatlah penting untuk dilakukan, sekecil apapun antisipasi yang dilakukan itu dapat membantu pihak universitas agar dapat terhindar dari masalah. Dalam mengatasi isu negatif dibutuhkan nya kerjasama dari semua pihak yang ada di institusi. Karena itu semua dapat meningkatkan presentasi keberhasilan dalam menyelesaikan isu negatif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Dalam hal mengatasi isu negatif yang menyerang tim humas selalu berkerja sama dengan pihak dosen ahli sesuai dengan masalah yang ada, pihak tim humas bekerja sebagai penghubung antara para ahli dengan wartawan dan masyarakat.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Uraian diatas menjelaskan bahwa kerja sama dengan semua pihak yang ada di universitas sangatlah penting untuk menghadapi isu negatif yang ada. Dalam menghadapi sebuah isu negatif yang menyerang, prosedur penanganan isu di setiap memiliki cara yang berbeda di setiap universitas, karena wewenang yang dimiliki divisi humas di setiap universitas berbeda-beda. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Tugas dari tim humas disini saat terjadi masalah adalah melaporkan masalah yang terjadi kepada atasan, setelah itu atasan memberikan kami perintah lalu kami menghubungi pihak dosen ahli dari universitas kami yang memiliki sangkut paut dengan masalah untuk memberikan statement. Setelah semua data sudah terkumpul tim humas membuat press realese untuk di bagi kepada wartawan.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Uraian diatas menjelaskan bahwa pada UIN memiliki beberapa prosedur yaitu semua tindakan harus didasarkan oleh perintah pimpinan, lalu pihak humas menggunakan dosen ahli untuk membuat statement agar memiliki dasar yang kuat. Tetapi segala upaya yang telah dilakukan kadang kala tidaklah lancar, maka dari itu dibutuhkan nya rencana selanjutnya untuk mengatasi hal itu. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Saat hasil tidak sesuai dengan keinginan pihak kami, kami kan selalu terus memberikan informasi yang sebenarnya kepada publik diharapkan publik akan berangsur-angsur mengerti kesalahpahaman yang terjadi.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga menggunakan strategi memberikan informasi yang baik secara terus menerus agar dapat merubah benak pikiran dari masyarakat secara sedikit demi sedikit, di harapkan masyarakat menjadi paham atas hal yang sebenarnya terjadi pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Di setiap institusi memiliki cara dan prosedur tersendiri dalam menghadapi isu negatif yang menyerang, karena di setiap universitas divisi humas memiliki wewenang yang berbeda-beda. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga :

*“Dalam melakukan sesuatu kegiatan campur tangan dari pimpinan adalah hal yang paling penting disini, semua itu dilakukan agar saat terjadi suatu masalah pihak tim humas memiliki backup dari pimpinan ”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Uraian diatas menjelaskan bahwa pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tidak memiliki strategi khusus yang di siapkan untuk menghadapi isu negatif yang menyerang, mereka hanya mengandalkan perintah dari pimpinan, tetapi walau seperti itu peran dari

tim humas masihlah sangat penting. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

*“Walaupun tim humas kami ini kecil tetapi bagian humas juga adalah bagian yang sangat penting, kami harus berusaha lebih keras lagi agar bisa menjadi pintu penghubung yang baik bagi universitas dalam berhubungan dengan masyarakat.”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Kepala Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tanggal 24 Februari 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa menurut ketua humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga walaupun divisi humas tidak memiliki wewenang yang besar tetapi keberadaan dari divisi humas sangat lah penting karena humas di gambarkan sebagai sebuah jembatan penghubung antara masyarakat dengan universitas yang mana jika jembatan itu rusak akan menyebabkan jalur informasi menjadi terputus.

### **3.3 Pandangan Radar Jogja Terhadap Respon dari Humas UGM dan UIN**

Saat terjadi sebuah isu negatif yang menimpa universitas pastilah media memiliki tahapan yang dilakukan untuk medapatkan informasi dengan baik . Dalam masalah isu negatif yang terjadi di Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Melakukan konfirmasi pengambilan informasi dari pihak universitas sangatlah penting, oleh karena itu pihak yang menjadi narasumber haruslah tepat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Langkah pertama saat terjadi sebuah isu kami akan konfirmasi ulang kepada pihak universitas, dan biasanya kami akan menghubungi pihak humas, nanti humas akan menghubungkan dengan narasumber yang di butuhkan oleh kami.”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa hal pertama kali dilakukan oleh media terhadap universitas yang terkena sebuah isu negatif adalah dengan cara mengkonfirmasi ulang kepada pihak universitas, hal ini sangat penting dilakukan agar

tidak terjadi kesalahan informasi yang didapat oleh media. Dalam mengambil sebuah data informasi keterbukaan dari universitas sangatlah penting dalam hal ini kedua universitas sangatlah terbuka dalam membagikan informasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Mereka semua sangat terbuka karena kami dan kedua universitas tersebut memang sudah memiliki kerjasama dengan kami sejak lama. Lalu tindakan yang biasanya mereka lakukan adalah menanyakan tujuan dari wawancara tersebut, lalu bertanya tentang tema berita yang akan kami beritakan. Setelah itu biasanya humas akan mengarahkan kami kepada pihak yang tepat untuk kami wawancarai.”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Sunan Kalijaga sangatlah bekerjasama kepada media-media yang ada. Selain terbuka, menurut radar jogja pihak kedua universitas ini sangatlah cepat dalam memberikan informasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Biasanya pihak saat ditanya bisa memberi jawaban dengan cepat, misalkan tidak bisa saat itu juga biasanya kami membuat jadwal perjanjian untuk bertemu keesokan harinya..”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sangatlah cepat dalam mengeluarkan stemen kepada media yang memberi pertanyaan. Walaupun sangat cepat dalam memberikan informasi tetapi informasi tersebut hanya sekedar informatif saja. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Dari sisi release kegiatan perguruan tinggi menurut kami cukup tapi itu sekedar informatif, jika kami ingin medalami hal tersebut pihak kampus terbuka dengan baik.”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Radar Jogja haruslah aktif dalam menggali informasi lagi, dan menurut media sendiri penilaian dari humas sendiri sudah

baik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Jumpa pers dan hal lain yang dilakukan oleh kedua universitas ini sangat bagus, biasanya kami di kumpulkan jadi satu di sebuah ruangan lalu di sediakan berbagai ahli di sana, jadi kami biasa mendapatkan berbagai informasi secara langsung.”*(Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Dari beberapa pernyataan yang dilakukan oleh kepala redaksi Radar Jogja, dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sangatlah kooperatif terhadap media dan penilaian media terhadap pihak humas sangatlah baik, hal ini sangatlah baik untuk kedepannya bagi kedua universitas ini. Nilai sebuah berita bagi media sangatlah penting, karena hal tersebutlah yang membuat media menjadi semangat dalam meliput berita, berapa lama waktu sebuah masalah diliput oleh media tergantung oleh nilai jual berita tersebut kepada publik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“kami tetap memberitakan sebuah berita selama berita tersebut masih memiliki nilai jual kepada publik..”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa nilai sebuah berita sangatlah penting bagi media karena hal tersebut dapat mendatangkan keuntungan. Dalam membuat sebuah berita kadang kala beberapa media membuat judul yang merangsang publik untuk membaca berita mereka. Menurut salah satu humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga media lah penyebab isu negatif menyerang mereka karena judul-judul tersebut. Hal tersebut dibantah dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Radar Jogja:

*“Kami memiliki kode etik tersendiri dalam membuat judul berita, dalam media cetak, kami tidak pernah membuat berita yang melanggar kode etik tersebut, jadi menurut kami sebenarnya media online lah yang paling berperan dalam hal ini.”* (Hasil wawancara dengan Amin Surachmad selaku Kepala Redaksi Radar Jogja pada tanggal 1 Juli 2019).

### 3.4 Pandangan Harian Jogja Terhadap Respon dari Humas UGM dan UIN

Saat terjadi sebuah isu negatif yang menimpa universitas, pastilah media memiliki tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan baik . Dalam masalah isu negatif yang terjadi di Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Melakukan konfirmasi pengambilan informasi dari pihak universitas sangatlah penting, oleh karena itu pihak yang menjadi narasumber haruslah tepat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

*“Pihak yang paling ingin kami wawancarai adalah rektor dan orang-orang yang bersangkutan dengan masalah tersebut..”* (Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa narasumber yang paling dicari oleh media pada universitas yang terkena sebuah isu negatif adalah pihak yang memiliki koneksi langsung dengan masalah, hal ini sangat penting dilakukan agar tidak terjadi kesalahan informasi yang didapat oleh media. Dalam mengambil sebuah data informasi keterbukaan dari universitas sangatlah penting dalam hal ini kedua universitas sangatlah terbuka dalam membagikan informasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

*“Mereka semua sangat terbuka karena kami, terutama untuk isu yang positif..”* (Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Sunan Kalijaga sangatlah bekerjasama kepada media-media yang ada. Selain terbuka, menurut harian jogja pihak kedua universitas ini sangatlah cepat dalam memberikan informasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

*“Dalam memberikan respon untuk ugm tergantung masalahnya yang terjadi, sedangkan untuk uin mereka juga sangat terbuka.”* (Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).



Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sangatlah cepat dalam mengeluarkan stemen kepada media yang memberi pertanyaan. Walaupun sangat cepat dalam memberikan informasi tetapi informasi tersebut hanya sekedar normatif saja. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

*“Sedikit banyak memenuhi kebutuhan kami tetapi kami masih perlu menggali lebih dalam. Humas dalam memberikan informasi sangat normatif dan tidak dapat memuaskan kami..”* (Hasil wawancara dengan Weni Hidayati selaku Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Radar Jogja haruslah aktif dalam menggali informasi lagi, dan menurut media sendiri penilaian dari humas sendiri sudah baik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

*“untuk semua itu , humas sudah melakukan yang sangat baik dalam hal tersebut.”*(Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Dari beberapa pernyataan yang dilakukan oleh kepala redaksi Radar Jogja, dapat diketahui bahwa Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sangatlah kooperatif terhadap media dan penilaian media terhadap pihak humas sangatlah baik, hal ini sangatlah baik untuk kedepannya bagi kedua universitas ini. Nilai sebuah berita bagi media sangatlah penting, karena hal tersebutlah yang membuat media menjadi semangat dalam meliput berita, berapa lama waktu sebuah masalah diliput oleh media tergantung oleh nilai jual berita tersebut kepada publik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Harian Jogja:

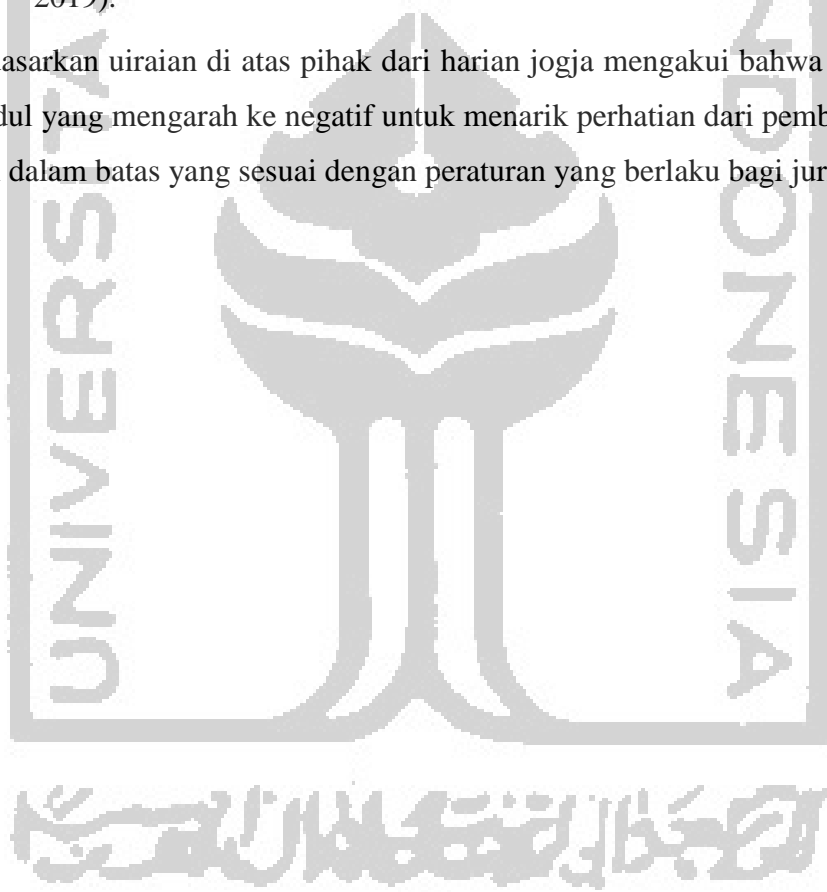
*“Kami mengikuti berita ini sampai kasus yang terjadi selesai..”* (Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa berita yang berita dari suatu kasus akan terus di ikuti sampai mendapatkan hasil akhirnya. Dalam membuat sebuah berita

kadang kala beberapa media membuat judul yang merangsang publik untuk membaca berita mereka. Menurut salah satu humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga media lah penyebab isu negatif menyerang mereka karena judul-judul tersebut. Hal tersebut dibantah dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Redaksi Haria Jogja:

*“Kadang memang bisa dikatakan bahwa kami membuat judul yang menarik untuk pembaca, biasanya masyarakat lebih suka berita yang mengandung berita yang negatif. Hal ini digunakan untuk menarik pembaca membaca berita kami tapi kami tidak terlalu parah dalam membuat judul yang seperti ini.”* (Hasil wawancara dengan Nugroho Cahyo selaku Kepala Redaksi Harian Jogja pada tanggal 19 Agustus 2019).

Berdasarkan uraian di atas pihak dari harian jogja mengakui bahwa mereka membuat judul- judul yang mengarah ke negatif untuk menarik perhatian dari pembaca, tetapi semua itu masih dalam batas yang sesuai dengan peraturan yang berlaku bagi jurnalis.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis Manajemen Isu Universitas Gadjah Mada

##### 1. Pandangan Umum Humas Universitas Gadjah Mada Terhadap Isu Negatif

Sebuah isu negatif merupakan hal kecil yang muncul dari terjadinya *gap* antara harapan publik dan kenyataan pada organisasi, meskipun isu di anggap sebuah hal kecil tetapi jika masalah itu dibiarkan hal tersebut dapat menjadi sebuah krisis yang bisa merusak citra dari universitas. Menurut Prayudi (2016:36) Isu muncul ketika ada ketidaksesuaian antara pengharapan publik dengan praktek perusahaan yang jika diabaikan bisa berdampak merugikan bagi perusahaan. Isu bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan atau nilai. Setiap perguruan tinggi memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam melihat isu negatif, menurut narasumber dari Humas Universitas Gadjah Mada, segala isu yang bisa merusak citra dari perguruan tinggi itulah yang di anggap sebagai isu negatif. Monstad (2003:18) berpendapat bahwa isu merupakan masalah, kondisi atau peristiwa yang telah bergeser dari masalah privat menjadi isu publik sebagaimana dikatakan Crable dan Vibbert (1986). Jadi dapat dikatakan bahwa isu negatif adalah masalah privat suatu perguruan tinggi yang berkembang menjadi agenda publik kearah yang negatif.

##### 2. Isu Negatif yang Menimpa Universitas Gadjah Mada Periode 2016-2018

Berbagai masalah tentang isu negatif telah menimpa Universitas Gadjah Mada beberapa dari masalah tersebut akan dibahas dalam penelitian ini. Pertama, Isu negatif tentang masalah biaya UKT di Universitas Gadjah Mada yang sangat mahal pada tahun 2018 lalu, masyarakat heboh membicarakan masalah ini di media sosial dikarenakan sebuah iklan layanan asuransi jiwa yang memprediksi bahwa biaya yang harus dikeluarkan mahasiswa Universitas Gadjah Mada untuk membayar UKT per-semester nya. Masalah ini menjadi sorotan karena jumlah uang yang harus dibayar oleh mahasiswa Universitas Gadjah Mada per-semester nya adalah sejumlah 26 juta dan biaya itu akan terus meningkat selama beberapa tahun kedepan hingga mencapai 120 juta pada tahun 2028. Dari sinilah isu tentang UKT mahal Universitas Gadjah Mada dimulai. Kedua, isu negatif ini tentang terbunuhnya mahasiswi diwilayah Universitas Gadjah Mada yang sangat menggemparkan pada tahun 2016 lalu. Kejadian ini

berawal dari penemuan jasad seorang gadis di kamar mandi lantai 5 di fakultas MIPA Universitas Gadjah Mada, gadis ini merupakan salah satu mahasiswi Universitas Gadjah Mada, diketahui bahwa gadis ini telah dilaporkan hilang sejak 3 hari sebelum ditemukan. Penemuan mayat ini diketahui berawal dari beberapa mahasiswi yang merasa janggal dengan salah satu bilik kamar mandi yang selalu terkunci dalam waktu lama. Dan dari sinilah isu tentang pembunuhan mahasiswi Universitas Gadjah Mada dimulai. Ketiga, Isu selanjutnya adalah tentang isu kebakaran yang terjadi di wilayah jurusan teknik yang viral dikarenakan video amatir yang di bagikan oleh orang sekitar yang tidak sengaja lewat di dekat area kebakaran, banyak isu yang menyebar di media sosial mengatakan bahwa kebakaran terjadi di karenakan mahasiswa yang sedang mengerjakan praktek, isu yang menyebar mengatakan bahwa praktek yang di lakukan tidak dilakukan dengan standart keamanan yang, benar alhasil kebakaranpun terjadi.

### **3. Manajemen Isu yang Dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada**

Saat ada sebuah isu negatif yang muncul pastilah humas perguruan tinggi membutuhkan sebuah strategi manajemen isu yang tepat untuk mengatasinya. Namun, strategi penanganan isu yang dimiliki oleh setiap perguruan tinggi pasti berbeda karena setiap humas di perguruan tinggi memiliki peraturan mereka sendiri yang mengikat segala tindakan yang mereka akan lakukan. Oleh karena itu Universitas Gadjah Mada memiliki beberapa perbedaan dengan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam mengatasi isu negatif. Dalam penjelasan sebelumnya sudah tersirat beberapa petunjuk tentang perbedaan cara kerja dari divisi humas kedua perguruan tinggi ini, untuk itu pembahasan lebih lanjut tentang strategi yang digunakan oleh perguruan tinggi akan lebih dijabarkan lagi agar lebih mudah untuk di pahami.

Pada kasus pertama tentang isu UKT mahal yang menimpa Universitas Gadjah Mada, menurut Crabble dan Vibert (1986:63) isu yang menimpa UGM ini termasuk pada kategori Isu nilai, yang mana meliputi penilaian apakah sesuatu itu baik atau buruk, etis atau tidak etis, benar atau salah, dan sebagainya. Untuk isu ini sendiri sudah masuk pada tahap amplification, yang mana publik sudah menganggap negatif UGM karena memiliki biaya kuliah yang sangat mahal. Tindakan pihak Universitas Gadjah Mada untuk mengatasi masalah ini adalah dengan cara melakukan klarifikasi, yang mana klarifikasi ini dihasilkan dari pertemuan pihak Universitas Gadjah Mada dan pihak perusahaan asuransi Jiwasraya.

Setelah pertemuan tersebut pihak Universitas Gadjah Mada pun mengeluarkan pernyataan resmi yang berisi tentang hasil pertemuan yang dilakukan oleh pihak perusahaan asuransi Jiwasraya dan pihak humas Universitas Gadjah Mada, pihak dari perusahaan asuransi mengakui tentang kesalahan yang mereka perbuat dalam promosi yang dilakukan oleh mereka sebelumnya dan berjanji akan memperbaiki diri lagi. Dalam pernyataan resmi ini pun pihak Universitas Gadjah Mada yang di wakikan oleh wakil rektor, pihak Universitas Gadjah Mada memberikan pernyataan bahwa biaya kuliah dari mahasiswa mereka disesuaikan dengan kemampuan finansial dari keluarga mereka masing-masing dan juga tingkat prestasi mahasiswa, disebutkan bahwa biaya kuliah di ugm memiliki tingkatan yaitu dari tingkat 1 hingga tingkat 7, yang mana tingkat 1 biaya kuliah yang harus di bayarkan oleh mahasiswa adalah gratis, dan tingkat paling tinggi adalah sebesar 26 juta setiap semesternya. Selain itu untuk memperbaiki citra universitas dimata masyarakat lagi pihak humas secara terus menerus membuat artikel tentang kebaikan-kebaikan yang dilakukan oleh UGM yang berhubungan dengan biaya kuliah, seperti pemberian beasiswa kepada murid berprestasi ataupun tentang berhasil wisudanya mahasiswi UGM yang memiliki orangtua tukang becak.

Penanganan yang dilakukan oleh pihak Universitas Gadjah Mada dalam mengatasi masalah ini dinilai cukup cepat, yang mana pembertiaan tentang biaya UKT mahal ini mulai heboh pada tanggal 18 september 2018 dan klarifikasi yang dibuat oleh Universitas Gadjah mada keluar pada tanggal 21 september 2018. Dalam penanganan isu ada 2 poin yang menjadi inti dari manajemen isu, yakni (1) identifikasi awal isu-isu yang memiliki dampak potensial terhadap perusahaan, dan (2) respon strategik yang dirancang untuk mengurangi atau memperbesar dampak dari isu yang muncul (Cutlip et al., 2000:17). Dalam hal ini pihak humas UGM berhasil dalam mengidentifikasi perubahan dalam opini publik sehingga pihak perguruan tinggi dapat merespon perubahan sebelum berkembang menjadi konflik. Peran humas dalam mengidentifikasi masalah dengan cepat adalah hal yang sangat penting dalam penanganan masalah ini. Jika saat itu pihak humas UGM gagal dalam Identifikasi masalah dapat berdampak pada penyusunan rencana yang tidak sesuai dan menjalankan program yang tidak efektif.

Pada kasus kedua tentang pembunuhan mahasiswi yang terjadi diwilayah Universitas Gadjah Mada yang sangat menggemparkan pada tahun 2016 lalu. menurut Crabble dan

Vibert (1986:63) isu yang menimpa UGM ini termasuk pada kategori Isu fakta, yang mana masalah ini merupakan isu yang tidak perlu dipertentangkan. Untuk masalah ini masih dalam tahap origin karena masalah ini muncul di dalam kampus sehingga pihak humas dapat dengan cepat mengetahuinya. Pada zaman modern seperti sekarang ini segala sesuatu tidak bisa di tutupi, batas-batas yang menghalangi antara publik dengan perguruan tinggi telah tersingkir jadi bagaimanapun sebuah masalah ditutup-tutupi pasti publik bisa mencium masalah tersebut. Jadi hal yang dilakukan oleh tim humas untuk mengatasi masalah ini adalah dengan cara memberitahukan masyarakat progres terbaru yang dilakukan pihak universitas dan kepolisian, yang mana hal ini membuat publik merasa bahwa mereka ikut ambil bagian didalam penyelesaian kasus ini. Mungkin pada awalnya banyak isu-isu yang tidak benar tetapi seiring berjalannya waktu kebenaran tentang pembunuhan ini akan berhasil terungkap.

Menurut pendapat dari ketua humas dari Universitas Gadjah Mada strategi terbaik dalam mengatasi isu negatif seperti adalah kejujuran, keterbukaan, dan kecepatan. Karena pada era ini kita tidak bias menutup-nutupi informasi yang ada, publik juga selalu haus akan informasi maka dari itu pihak kita harus terbuka, dan dalam memberikan informasi kita harus cepat. Dari pendapat ketua humas UGM kita dapat menyimpulkan bahwa strategi yang terbaik dalam menangani isu negatif kategori isu fakta adalah kejujuran, keterbukaan dan kecepatan dalam menyampaikan informasi seputar isu kepada masyarakat. Kejujuran disini berarti pihak universitas haruslah jujur tentang apa yang terjadi sebenarnya, disini pihak humas lah yang memiliki tanggung jawab untuk membuat statement agar masyarakat bisa paham apa yang terjadi sebenarnya, dengan begitu pemberitaan seputar pembunuhan ini tidak menjadi bola liar. Lalu ada keterbukaan yang berarti pihak universitas tidak menutup-nutupi masalah yang terjadi, karena jika menutup-nutupi masalah pasti akhirnya akan terbongkar juga yang membuat masalah akan menjadi semakin besar. Lalu yang terakhir adalah kecepatan dalam memberikan statement kepada masyarakat, karena jika terlambat dalam memberikan informasi akan menyebabkan masyarakat membuat opininya masing-masing yang menyebabkan salah paham.

Tetapi semua kegiatan manajemen isu yang dilakukan oleh pihak perguruan tinggi tidak akan bisa lancar tanpa ada bantuan dari wartawan dan media massa yang membantu, semua ini tidak terlepas dari kemampuan media massa untuk membangun opini publik atas isu

yang diberitakan. Pada situasi isu, keberadaan media massa menjadi amplifikasi dari isu kecil menjadi isu besar dan mengarah pada terjadinya krisis (Prayudi, 2016: 14). Maka dari itu pentingnya menjalin hubungan dengan media karena media massa mampu mempengaruhi pandangan masyarakat. Bahkan dalam situasi krisis masyarakat dapat lebih percaya kepada media massa dan wartawan dibandingkan dengan pernyataan resmi dari humas organisasi (Farihanto, 2014; Nurjanah, dkk. 2015; Puspitasari, 2016)

Namun dalam situasi krisis, organisasi secara umum masih cenderung melihat media sebagai pihak yang memusuhi organisasi. Itu sebabnya organisasi mengambil sikap menghindari dari permintaan wawancara oleh media. Organisasi khawatir jika memberikan ruang pada media maka akan membuat krisis menjadi semakin parah. Namun cara pandang ini perlu diubah. Organisasi perlu memandang media sebagai mitra kerja yang menguntungkan, bukan lagi lawan yang bakal merugikan. Itu sebabnya, organisasi perlu merespon pertanyaan dari media dengan sebaik-baiknya (Puspitasari, 2016).

Wartawan dalam mengambil membutuhkan pernyataan dari pimpinan tertinggi universitas atau orang yang tepat yang dapat mengerti akan konteks situasi pada masalah yang terjadi. Sementara pihak humas dinilai “bukan orang yang tepat dalam memberikan pernyataan karena kurang mengetahui konteks situasi”. Itu sebabnya banyak informasi dari humas yang dianggap masih normatif (Prastya, 2018: 116). Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan perwakilan kepala redaksi dari Radar Jogja yang mengatakan “*Dari sisi release kegiatan perguruan tinggi yang ada di jogja menurut kami cukup tapi itu sekedar normatif.*”, pendapat ini yang senada juga disampaikan oleh redaktur dari Harian Jogja.

Tetapi menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan redaktur dari Harian Jogja dan Radar Jogja, Universitas Gadjah Mada sudah lebih profesional dalam memberikan informasi tentang masalah yang terjadi, yang mana informasi yang diberikan sudah memiliki nilai berita yang baik bahkan menurut redaktur dari Harian Jogja, press release yang diberikan oleh humas Universitas Gadjah Mada tidak perlu *diedit* maupun di betulkan karena sudah sangat baik. Menurut ketua humas Universitas Gadjah Mada dalam wawancaranya, dalam memberikan informasi tim humas harus bekerjasama dengan pihak yang paling dekat dengan isu yang terjadi, agar informasi yang mereka bagikan memiliki dasar yang jelas.

#### **4. Peran Humas Universitas Gadjah Mada dalam Manajemen Isu**

Menurut Sulistyaningtyas di buku berjudul Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi pada tahun 2007, tujuan perguruan tinggi dalam hal berorganisasi dapat dibantu oleh adanya humas, karena humas di perguruan tinggi memiliki peran yang strategis. Humas perguruan tinggi harus berperan serta terhadap proses pencapaian dari tujuan organisasi dan memberikan berbagai hasil yang dapat terukur.

Menurut Prayudi (2016: 26) Karena keahlian manajerial dan teknis yang dimiliki, humas berperan sangat penting dan krusial, khususnya dalam situasi isu dan krisis karena beberapa argumen berikut:

- a). Keahlian humas dalam memonitor opini publik membantu pihak manajemen dalam mengidentifikasi isu-isu yang beredar di tengah publik dan memiliki potensi untuk berkembang menjadi krisis yang dapat mengancam aktivitas perusahaan, sehingga pihak manajemen bisa membuat kebijakan yang mencegah isu berkembang menjadi krisis. Peran ini telah dilakukan oleh humas Universitas Gadjah Mada dengan baik, menurut narasumber dari humas Universitas Gadjah Mada mereka sangat proaktif dalam mengantisipasi hal ini yang mana divisi humas menggunakan cara monitoring secara terus menerus segala media yang ada mulai dari media sosial hingga media konvensional, hal ini dapat dilakukan dengan baik dikarenakan divisi humas memiliki tim khusus yang bekerja untuk memonitoring segala isu-isu yang terjadi tidak hanya isu negatif saja dan isu positif yang ada tentang Universitas Gadjah Mada saja tetapi juga menyangkut isu yang lagi hangat di bicarakan oleh banyak masyarakat diluar. Menurut humas di Universitas Gadjah Mada hal tersebut bisa di jadikan sarana untuk meningkatkan citra positif dari universitas, semakin banyak berita yang di buat oleh humas tentang Universitas Gadjah Mada semakin baik pula respon yang di terima.
- b). Humas dapat mewakili kepentingan publik dan memprediksi reaksi publik terhadap keputusan pihak manajemen yang membawa konsekuensi bagi publik.
- c). Dengan keahlian humas mengumpulkan data dan informasi dari beragam publik, humas menjadi sumber informasi bagi pihak manajemen dalam proses pembuatan kebijakan yang menguntungkan baik bagi organisasi maupun publik sehingga krisis dapat dihindari. Keahlian riset baik kualitatif maupun kuantitatif menjadi kunci sukses proses pengumpulan data (data gathering) dari publik. Menurut narasumber yang peneliti wawancara pihak Universitas Gadjah Mada selalu melakukan riset sebelum



memberikan suatu informasi, selain itu pihak humas selalu bekerjasama dengan pihak-pihak ahli dalam melakukan riset

- d). Public relations mengkomunikasikan keputusan perusahaan pada publik, sehingga komitmen dan pengertian yang diperoleh dalam proses pembuatan keputusan merupakan aset yang berharga.
- e). Humas membantu organisasi melakukan adaptasi terhadap lingkungan.
- f). Proses manajemen isu dan krisis pun dapat dianalisis serupa dengan proses manajemen yang dijalankan oleh humas, karena tahap pertama dari proses humas mengidentifikasi masalah dan pengumpulan fakta atas isu yang sedang dihadapi oleh pihak manajemen.

Dalam kegiatan manajemen isu, proses manajemen isu yang pertama muncul di buat oleh Chase dan Jones (dalam Prayudi, 2016: 34). Ada lima tahap aktivitas manajemen isu yang menjadi standar internasional dan menjadi formula dasar bagi akademisi. Lima aktivitas manajemen isu tersebut meliputi: Mengidentifikasi Isu, Analisis Isu, Merumuskan Program Penanganan Isu, Pelaksanaan Program, dan Evaluasi. Divisi humas dari Universitas Gadjah Mada tinggi pastilah memiliki cara yang berbeda satu sama lain dalam melaksanakan manajemen isu maka dari itu hal tersebut akan di jelaskan lebih detil lagi disini.

#### **a) Identifikasi Isu**

Dalam mengidentifikasi isu, divisi humas Universitas Gadjah Mada memiliki tim khusus yang memonitoring perkembangan isu-isu yang beredar di sekitar melalui media sosial, tidak hanya isu negatif saja dan isu positif yang ada tentang Universitas Gadjah Mada saja tetapi juga menyangkut isu yang lagi hangat di bicarakan oleh banyak masyarakat diluar. Menurut humas di Universitas Gadjah Mada hal tersebut bisa di jadikan sarana untuk meningkatkan citra positif dari universitas, semakin banyak berita yang di buat oleh humas tentang Universitas Gadjah Mada semakin baik pula respon yang di terima.

#### **b) Analisis Isu**

Dalam tahapan ini divisi humas dari Universitas Gadjah Mada sama dalam menganalisis isu, hal yang harus bisa di ketahu kedua pihak yaitu isu apa yang sebenarnya terjadi lalu penyebab dan dari mana isu terebut muncul. Lalu proses ini di perkuat dengan riset yang bekerja sama dengan dosen ahli yang ada di perguruan tinggi masing-masing..

### c) **Pemilihan Strategi**

Pada tahap pemilihan strategi ini perguruan tinggi akan merencanakan tindakan yang akan dilakukan, lalu menyampaikan posisi atau sikap perguruan tinggi terhadap isu negatif. Tahap pemilihan strategi oleh humas di Universitas Gadjah Mada yaitu mengumpulkan semua pimpinan dari Universitas Gadjah Mada lalu mendiskusikan strategi dengan dipimpin oleh divisi humas.

### d) **Issue Action Program**

Pada tahap ini perguruan tinggi melaksanakan program yang telah disusun untuk merespon isu yang terjadi. Pada tahap ini divisi humas membuat statement yang tepat lalu memberikan kepada semua pihak penting di Universitas Gadjah Mada, ini semua dilakukan agar semua statemen yang dikeluarkan saat wawancara akan sama. Dalam pembuatan statemen divisi humas bekerja sama dengan pihak ahli yang bersangkutan agar statemen yang di buat memiliki dasar ilmu yang tepat.

### e) **Evaluation**

Tahap ini bertujuan untuk mengukur apakah strategi yang direncanakan sesuai dengan tujuan dari perguruan tinggi. Tahap ini sangatlah penting menurut humas dari Universitas Gadjah Mada segala masalah yang terjadi pastilah memiliki sisi positif bagi pihak perguruan tinggi maka dari itu evaluasi sangatlah penting untuk dilakukan. Untuk menilai apakah strategi isu dan respon dari pihak perguruan tinggi telah dilakukan dengan baik, maka diperlukan riset dari segala aspek.

## **5. Respon Manajemen Isu Humas Universitas Gadjah Mada Menurut Media**

Menurut wawancara yang dilakukan oleh kepala redaksi Radar Jogja dan redaktur pelaksana Harian Jogja, humas universitas gadjah mada dalam memberikan informasi hanya sekedar informatif saja, dan terkesan menjaga citra universitas sehingga pihak yang paling ingin di wawancarai dalam suatu kasus adalah rektor dan orang-orang yang bersangkutan dengan masalah yang terjadi. Tetapi dalam hal keterbukaan informasi humas universitas gadjah mada sudah sangat terbuka dan baik dalam membantu menghubungkan media jika ingin mewawancarai pihak -pihak yang terkait dengan kasus yang ada.

Dalam memberikan respon terhadap media humas Universitas Gadjah Mada itu tergantung dengan masalah yang menerpa mereka, saat masalah di nilai terlalu besar dan

sensitif, humas Universitas Gadjah Mada akan bersifat defensif dan menutup mulut mereka, tetapi saat masalahnya dinilai ringan mereka akan sangat terbuka terhadap media.

Saat memberikan informasi humas universitas gadjah mada sudah sangat baik sekali, tetapi pihak media harus lebih menggali informasi lebih dalam lagi dari narasumber lain agar dapat memenuhi keinginan mereka. Segala kegiatan yang dilakukan oleh pihak humas Universitas Gadjah Mada sudah dilakukan dengan sangat baik, kedua media setuju mereka sangat senang bekerja sama dengan pihak humas Universitas Gadjah Mada.

## **6. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Manajemen Isu**

Ada beberapa faktor yang bisa menjadi pendukung maupun menjadi penghambat humas dalam melakukan manajemen isu, baik secara internal maupun secara eksternal. Salah satu faktor pendukung secara internal adalah humas perlu menempati posisi yang strategis dalam struktur kepengelolaan perguruan tinggi. Hal ini berkaitan erat dengan kinerja humas dengan pimpinan tertinggi, peran strategis yang bisa dilakukan humas tentu akan sia-sia jika tidak ada dukungan dari jajaran *top management*. Tetapi semua hal itu tergantung dari peraturan yang dimiliki oleh masing-masing perguruan tinggi, di Universitas Gadjah Mada divisi humas dapat memiliki kinerja yang sangat baik karena diberikan dukungan yang penuh oleh *top management* universitas.

Kinerja dari divisi humas berbanding lurus dengan wewenang yang di berikan kepada mereka, semakin besar wewenang mereka semakin banyak juga hal yang bisa di lakukan oleh tim humas, selain itu dukungan dari pihak *top management* tersebut bisa membuat mereka semakin berkembang. Universitas Gadjah Mada adalah salah satu contoh divisi humas yang memiliki wewenang besar di organisasinya yang membuat mereka menjadi lebih cepat dan tanggap dalam mempersiapkan strategi untuk menghadapi masalah yang mungkin akan terjadi di kemudian hari yang menyerang perguruan tinggi mereka.

Sedangkan faktor penghambat secara internal menurut hasil wawancara dari kepala humas Universitas Gadjah Mada adalah kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kecakapan dalam hal kehumasan, dari hal ini rencana yang dibuat oleh divisi humas untuk kedepannya adalah peningkatan SDM, karena di saat ini kecepatan informasi dengan kecepatan tenaga dari pihak humas berbanding lurus. Staf yang dibutuhkan pihak

Universitas Gadjah Mada saat ini adalah orang yang memiliki kecakapan dalam penggunaan internet karena ini bisa menjadi alat yang ampuh dalam penanganan isu negatif.

Untuk faktor pendukung secara eksternal sudah pasti adalah hubungan kerjasama dengan pihak media. Hal ini tidak terlepas dari kemampuan media massa untuk membangun opini publik atas isu yang diberitakan. Pada situasi isu, keberadaan media massa menjadi amplifikasi dari isu kecil menjadi isu besar dan mengarah pada terjadinya krisis. Sedangkan pada situasi krisis, kebutuhan publik terhadap informasi cenderung meningkat dan media menjadi salah satu pilihan utama untuk mengikuti perkembangan terhadap krisis dan bagaimana pihak manajemen menangani krisis.

Sedangkan untuk faktor penghambat secara eksternal adalah publik yang kontra terhadap segala tindakan humas. Pihak humas Universitas Gadjah Mada tidak bisa menggunakan cara paksa untuk mengatasi hal ini, untuk itu pihak humas menggunakan teori jarum suntik yang mana tim humas secara terus menerus memberikan informasi yang sebenarnya kepada publik, pihak universitas akan melakukan itu sampai publik mengerti apa yang sebenarnya terjadi.

## **A) Analisis Manajemen Isu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

### **1. Pandangan Umum Humas Universitas Gadjah Mada Terhadap Isu Negatif**

Menurut Prayudi (2016:7) isu pada prinsipnya bisa dan dapat terjadi pada beragam organisasi apapun bentuknya. Krisis yang terjadi dalam sebuah organisasi sesungguhnya adalah isu yang tadinya dianggap tidak penting oleh pihak manajemen; meski ada krisis yang terjadi tapi tidak didahului dengan isu, misalnya bencana alam. Dengan demikian, perusahaan yang menerapkan sistem manajemen terbuka dimana informasi mengalir tidak hanya dari pihak manajemen perusahaan kepada beragam publik, tapi juga sebaliknya akan lebih sadar dan cepat mengambil kebijakan ketika isu muncul dan mencegahnya berkembang menjadi krisis yang dapat mengancam perusahaan.

Menurut pihak humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Isu negatif sebenarnya adalah kesalah pahaman yang terjadi karena pemberitaan yang dilakukan oleh media yang membuat masyarakat memandang buruk institusi. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya citra dan reputasi baik dari institusi di mata masyarakat

Citra dan reputasi yang positif tidak dapat dibeli, tetapi harus diraih dalam kurun waktu yang cukup lama. Perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi bagus, umumnya

menikmati enam hal. Pertama, hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat. Kedua, hubungan positif dengan pemerintah setempat. Ketiga, resiko krisis yang lebih kecil. Keempat, rasa kebanggaan dalam perusahaan dan di antara khalayak sasaran. Kelima, saling pengertian antara khalayak sasaran, baik internal maupun eksternal. Keenam, meningkatkan kesetiaan para staf perusahaan (Anggoro, 2002:67).

## **2. Isu Negatif yang Menimpa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Periode 2018**

Seperti halnya perguruan tinggi lainnya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga juga masalah tentang isu negatif, beberapa dari masalah tersebut akan dibahas dalam penelitian ini. Pertama, Salah satu isu yang pernah menyerang UIN adalah isu tentang dosen UIN yang menjadi penyebar hoax, Isu ini berawal dari sebuah unggahan status di media sosial facebook yang berisi tentang terjadinya kasus pembunuhan seorang meadzin yang dilakukan oleh orang gila yang disuruh oleh anggota PKI. Berita ini pun menjadi viral dibahas oleh masyarakat, setelah diselidiki oleh kepolisian ternyata berita ini adalah hoax yang dibuat-buat. Setelah dilakukan penyelidikan ternyata, dosen ini merupakan dosen dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dari sini lah isu tentang dosen UIN pelaku penyebar hoax menyebar. Kedua, kasus berikutnya adalah tentang isu pelarangan penggunaan cadar oleh pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang mana berita ini mengalami banyak respon negatif dari masyarakat. Isu ini berawal dari tersebarnya surat edaran resmi yang di buat oleh pihak universitas, surat edaran ini sendiri berisi tentang aturan penertiban penggunaan cadar, yang mana pendataan mahasiswi penggunaan cadar dimulai pada tanggal 28 februari 2018. Selanjutnya mahasiswi yang menggunakan cadar akan diberikan pembinaan dan konseling secara khusus setiap seminggu sekali sebanyak 7 kali, dan misal mahasiswi itu tetap tidak melepaskan cadar mereka, mahasiswi tersebut di persilahkan untuk keluar dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dari sini lah muncul banyak tanggapan negatif atas kebijakan yang di keluarkan oleh pihak universitas dari publik, masalah ini pun menjadi viral selama beberapa minggu dan diberitakan oleh berbagai media.

## **3. Manajemen Isu yang Dilakukan Oleh Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

Seperti halnya Universitas Gadjah Mada yang memiliki strategi manajemen isu tersendiri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga juga memiliki strategi manajemen isu yang berbeda dalam mengatasi isu negatif. Dalam penjelasan sebelumnya sudah tersirat beberapa petunjuk tentang perbedaan cara kerja dari divisi humas kedua perguruan tinggi

ini, untuk itu pembahasan lebih lanjut tentang strategi yang digunakan oleh perguruan tinggi akan lebih dijabarkan lagi agar lebih mudah untuk di pahami.

Pada kasus pertama tentang isu dosen Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang menyebarkan hoax, menurut Crabble dan Vibert (1986:63) isu yang menimpa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga ini termasuk pada kategori Isu nilai, yang mana meliputi penilaian apakah sesuatu itu baik atau buruk, etis atau tidak etis, benar atau salah, dan sebagainya. Isu negatif yang menimpa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga ini berada pada tahap amplification dan mediation yang mana menurut Regester dan Larkin (dalam Kriyantono, 2012: 159) pada tahap ini publik dan pemangku kepentingan sudah bisa mendefinisikan dengan jelas isu yang terjadi, dan organisasi sudah mulai merasakan tekanan yang di hasilkan oleh isu tersebut. Tindakan pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga untuk mengatasi masalah ini adalah dengan cara tim humas melakukan riset dengan melakukan wawancara kepada kepala pusat bahasa, yang mana dosen yang di isukan menyebar hoax itu sebelumnya mengajar di pusat bahasa. Setelah itu diketahui bahwa dosen yang bersangkutan ternyata telah keluar dari UIN sebelum terkenal sebagai menjadi anggota penyebar hoax. Setelah mengetahui keadaan sebenarnya pihak humas pun melakukan klarifikasi, yang mana klarifikasi ini adalah perintah dari rektor langsung. Setelah pertemuan tersebut pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pun mengeluarkan pernyataan resmi yang berisi pelaku bukan lagi dosen yang terikat pada universitas, selain itu dosen ini hanyalah dosen sementara di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Pernyataan ini adalah hasil dari investigasi yang dilakukan oleh pihak humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Pada kasus kedua tentang pelarangan penggunaan cadar di wilayah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga bagi mahasiswi mereka. menurut Crabble dan Vibert (1986:63) isu yang menimpa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga ini termasuk pada kategori Isu kebijakan, yang mana meliputi pertikaian atas tindakan yang harus diambil pada situasi tertentu. Dalam kasus pelarangan cadar Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga memasuki tahap Organisasi yang mana menurut Regester dan Larkin (dalam Kriyantono, 2012: 159) pada tahap ini publik sudah mulai mengorganisasikan diri dan membentuk jaringan-jaringan. Isu telah berkembang menjadi lebih populer karena media massa memberitakan nya

berulang kali dengan eskalasi tinggi dan ditambah dengan interaksi yang terjadi di media sosial, sehingga untuk menyelesaikan masalah ini pihak dari universitas harus merubah apa yang telah mereka buat, dalam kasus ini pihak universitas mencabut kebijakan yang telah mereka buat sebelumnya terkait tentang cadar untuk menyelesaikan masalah yang ada. Tindakan pertama yang dilakukan oleh pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga adalah dengan memberi pernyataan kepada media alasan kenapa mereka memberikan kebijakan tersebut. Dalam pernyataan yang disampaikan kepada media pihak universitas membuat aturan tersebut berdasarkan untuk mencegah mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tidak terjerumus dalam golongan islam yang radikal. Setelah pernyataan tersebut, publik tetap tidak menerima penjelasan dari pihak universitas dan terus mendesak pihak universitas, berbagai penolakan datang dari berbagai pihak yang membuat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan terpaksa menarik surat edaran tentang pembinaan mahasiswi bercadar dengan alasan untuk menjaga lingkungan belajar agar tetap kondusif.

Kesalahan dari pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga adalah salah mengambil tindakan dalam merespon isu yang datang di saat awal isu tersebut muncul. Karena pernah mengalami pernah mengalami masalah yang hampir serupa tentang penggunaan cadar, membuat pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga membuat kebijakan yang kontroversial ditambah lagi saat masalah ini mulai dilirik banyak publik sikap universitas tetap teguh dalam pendirian tanpa memikirkan pandangan publik.

Menurut Prayudi (2016:36) Jangan pernah berasumsi bahwa masalah akan selesai dengan sendirinya, keadaan akan kembali normal dan perusahaan bisa beraktivitas seperti biasanya. Begitu publik mencermati bahwa pihak manajemen perusahaan cenderung mengabaikan isu dan krisis yang terjadi dan mengambil sikap tidak peduli, maka hal ini akan mempengaruhi persepsi publik dan selanjutnya merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu ada hubungan yang sangat kuat antara isu, krisis dan reputasi perusahaan. Isu muncul ketika ada ketidaksesuaian antara pengharapan publik dengan praktek perusahaan yang jika diabaikan bisa berdampak merugikan bagi perusahaan. Menurut Prayudi (2016:7) Isu bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan atau nilai. isu muncul dan berkembang ketika ada perubahan, disharmoni atau ketidaksesuaian antara lingkungan atau pengharapan

publik dengan perusahaan yang menjadi titik balik (*turning point*) bagi pihak manajemen perusahaan untuk secara proaktif mengidentifikasi untuk kemudian merespon isu dan menjadikannya keuntungan atau manfaat bagi perusahaan. Isu yang muncul dan tidak dikelola dengan baik akan berkembang menjadi krisis.

Setelah semuanya terlambat tidak ada hal lain yang bisa dilakukan oleh pihak perguruan tinggi selain merubah kebijakan yang pernah dibuat sebelumnya untuk meredakan amarah dari publik.

#### **4. Peran Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam Manajemen Isu**

Berbeda dengan Universitas Gadjah Mada yang mendapatkan dukungan penuh dari *top management*, divisi humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga memiliki peran yang lebih mengarah kepada peran *supportive* yang mana divisi humas disini bekerja untuk membantu kinerja dari divisi lain nya tetapi dalam peran yang *minor* dan untuk pihak eksternal divisi humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berperan hanya sebagai penghubung saja antara pihak luar dengan bagian dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Menurut Zulkarnain (2006: 29) kondisi humas perguruan tinggi saat ini masih ketinggalan dengan perguruan tinggi dari negara maju, dan juga dengan humas yang ada di perusahaan besar di Indonesia. Peran humas perguruan tinggi saat ini masih sesuai di gambarkan oleh pimpinan sebagai bagian yang mengurus segala hal yang berkaitan dengan mengkliping, menyampaikan berita kepada pers, memfoto, dan dokumentasi. Hal ini sesuai dengan apa yang di beritahukan oleh narasumber humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang mana kegiatan yang biasa dilakukan oleh divisi humas di sana adalah seputar mengkliping, menyampaikan berita kepada pers, memfoto, dan dokumentasi. Jika di bandingkan dengan apa yang dikatakan narasumber humas dari pihak Universitas Gadjah Mada , divisi humas di perguruan tinggi ini sudah lebih baik dari divisi humas yang kebanyakan ada di Yogyakarta yang mana fokus humas di Universitas Gadjah Mada juga mencakup sebagai *good image maker* yang mana sebagai pembuat citra baik dari perguruan tinggi, lalu sebagai manajemen pendukung memberikan dukungan yang tidak hanya dari foto dan dokumentasi melainkan berperan aktif dalam kegiatan dari divisi lain. Dalam hal sebagai *communicator* ada sedikit perbedaan dari divisi humas kedua perguruan ini, divisi



humas yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tidak tampil secara langsung untung dan tatap muka memberikan stemen jika terjadi masalah mereka akan memberikan semua tanggung jawab kepada posisi yang lebih tinggi seperti para ahli di kampus dan juga rektor selaku orang yang memiliki tanggung jawab tertinggi di kampus.

Walaupun perbedaan wewenang yang dimiliki kedua divisi humas dari Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, keduanya masih memiliki tujuan umum yang sama, yaitu membangun kerjasama dengan pihak media, menghubungkan masyarakat dengan perguruan tinggi, mencegah *miss information* dan juga desas-desus yang beredar.

Dalam kegiatan manajemen isu, proses menejemen isu yang pertama muncul di buat oleh Chase dan Jones (dalam Prayudi, 2016: 34). Ada lima tahap aktivitas manajemen isu yang menjadi standar internasional dan menjadi formula dasar bagi akademisi. Lima aktivitas manajemen isu tersebut meliputi: Mengidentifikasi Isu, Analisis Isu, Merumuskan Program Penanganan Isu, Pelaksanaan Program, dan Evaluasi. Divisi humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pastilah memiliki cara yang berbeda dalam melaksanakan manajemen isu maka dari itu hal tersebut akan di jelaskan lebih detil lagi disini.

#### **a) Identifikasi Isu**

Dalam mengidentifikasi isu, divisi humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, divisi humas mereka hanya mengidentifikasi isu yang akan datang melalui surat kabar yang mereka baca tiap hari, saat ada hal yang menyangkut perguruan tinggi, tim humas akan mengkliping berita tersebut menjadi satu.

#### **b) Analisis Isu**

Dalam tahapan ini divisi humas dari Univeristas Islam Negeri Sunan Kalijaga mencari tahu isu apa yang sebenarnya terjadi lalu penyebab dan dari mana isu terebut muncul. Lalu proses ini di perkuat dengan riset yang bekerja sama dengan dosen ahli yang ada di perguruan tinggi masing-masing. Setelah mendapatkan sesuatu divisi humas dari Universitas Islam Sunan Kalijaga harus memberitahukan terlebih dahulu hal yang telah di temui mereka kepada rektor.

#### **c) Pemilihan Strategi**

Pada tahap pemilihan strategi ini perguruan tinggi akan merencanakan tindakan yang akan dilakukan, lalu menyampaikan posisi atau sikap perguruan tinggi terhadap isu negatif. Tahap pemilihan strategi oleh humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yaitu mengumpulkan semua pimpinan lalu mendiskusikan strategi dengan dipimpin oleh divisi humas. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam menentukan strategi rektorlah yang memberikan perintah kepada seluruh pihak penting.

**d) *Issue Action Program***

Pada tahap ini perguruan tinggi melaksanakan program yang telah disusun untuk merespon isu yang terjadi. Pada tahap ini divisi humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri bertugas sebagai penghubung dan sebagai pembuat artikel saat isu itu berlangsung, maksud dari penghubung adalah segala pertanyaan dari wartawan akan dihubungkan kepada ahli yang bersangkutan dengan masalah tersebut, lalu hasil jawaban tersebut akan kembali lagi ke divisi humas lalu divisi humas akan merubah jawaban ahli menjadi jawaban yang lebih bisa di mengerti pihak awam, setelah itu baru lah jawaban di kembalikan kepada pihak wartawan.

**e) *Evaluation***

Tahap ini bertujuan untuk mengukur apakah strategi yang direncanakan sesuai dengan tujuan dari perguruan tinggi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga juga berpendapat bahwa tahap ini sangatlah penting Untuk menilai apakah strategi isu dan respon dari pihak perguruan tinggi telah dilakukan dengan baik.

**5. Respon Manajemen Isu Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Menurut Media**

Menurut wawancara yang dilakukan oleh kepala redaksi Radar Jogja dan redaktur pelaksana Harian Jogja, humas universitas islam negeri sunan kalijaga sudah berkembang lebih baik dari beberapa tahun yang lalu, saat ini dalam memberikan informasi sudah lebih terbuka terhadap media. Divisi humas berperan sangat baik sebagai penghubung antara narasumber ahli yang di inginkan media. Dalam memberikan respon terhadap media, humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sering bersifat defensif tergantung perintah dari rektor .

## **6. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Manajemen Isu**

Ada beberapa faktor yang bisa menjadi pendukung maupun menjadi penghambat humas dalam melakukan manajemen isu, baik secara internal maupun secara eksternal. Salah satu faktor pendukung secara internal bagi humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga adalah dukungan dari rektor atas rencana yang telah dibuat oleh anggota divisi humas, karena saat ada dukungan dari rektor segala rencana dapat dikerjakan dengan tenang karena humas langsung didukung oleh rektor, selain itu bantuan dari para dosen ahli yang siap membantu divisi humas saat terjadi masalah adalah faktor pendukung yang besar bagi divisi humas.

Sedangkan faktor penghambat secara internal menurut hasil wawancara dari kepala humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga adalah wewenang yang dimiliki oleh divisi humas, karena divisi humas yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga hanyalah setingkat sub bagian dari bagian tata usaha, hal ini menyebabkan pekerjaan yang dilakukan oleh divisi humas hanyalah pekerjaan sebagai pembantu dari divisi lain yang membutuhkan mereka.

Untuk faktor penghambat secara eksternal adalah pihak media yang memberikan berita-berita yang tidak sesuai fakta yang ada, menurut wawancara yang dilakukan dengan staf humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga isu negatif muncul karena kesalahpahaman masyarakat karena berita yang dibuat oleh beberapa media.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan dan strategi humas yang efektif dalam menghadapi isu negatif, kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Divisi humas adalah bagian yang sangat penting bagi sebuah perguruan tinggi, karena adanya divisi humas perguruan tinggi mempunyai sebuah penghubung yang dapat membantu universitas dalam menyampaikan informasi kepada publik. Namun, setiap humas di perguruan tinggi mempunyai kemampuan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkatan kekuasaan mereka di dalam organisasi. Perbedaan ini secara tidak langsung membuat perbedaan dari kemampuan yang dimiliki divisi humas berbeda-beda dalam membuat strategi menghadapi sebuah isu. Universitas Gadjah Mada memiliki divisi humas yang sangat baik karena diberi keleluasaan oleh pihak universitas dalam membuat strategi untuk menghadapi isu, hal ini dapat terjadi karena pihak *top management* dari Universitas Gadjah Mada mendukung secara penuh keberadaan dari divisi humas mereka. Keberadaan dari humas di Universitas Gadjah Mada sudah sesuai dengan fungsi sebenarnya dari humas sesuai dengan beberapa literatur yang ada. Sedangkan humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga masih di pandang sebelah mata oleh pihak universitas, hal ini dibuktikan dari divisi humas hanyalah setingkat sub bagian dari bagian tata usaha. Humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tidak memiliki kekuatan dalam membuat strategi untuk perguruan tinggi, tugas dari humas di universitas ini semata-mata sebagai divisi pendukung bagi divisi lainnya, yang mana keberadaannya masih belum dianggap penting bagi pihak universitas.
2. Sebuah isu negatif menurut humas Universitas Gadjah Mada, segala isu yang bisa merusak citra dari perguruan tinggi itulah yang di anggap sebagai isu negatif sedangkan menurut pihak humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Isu negatif

sebenarnya adalah kesalah pahaman yang terjadi karena pemberitaan yang dilakukan oleh media yang membuat masyarakat memandang buruk institusi.

3. Manajemen isu yang dilakukan oleh kedua perguruan tinggi yang diteliti memiliki beberapa perbedaan, untuk humas Universitas Gadjah Mada identifikasi isu sebelum menyebar sudah sangat baik sehingga penanganan lanjutan yang dilakukan oleh mereka sangat lah tepat dan juga cepat. Sedangkan untuk Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam mengidentifikasi sebuah isu agak terlambat karena media yang digunakan sangat konvensional yaitu hanya lewat media cetak. selain itu penanganan masalah yang mereka lakukan tergantung perintah dari atasan.
4. Untuk peran yang dilakukan oleh humas Universitas Gadjah Mada dalam menangani isu negatif, peran mereka sudah sesuai dengan apa yang seharusnya dikerjakan divisi humas seperti yang ada buku-buku tentang kehumasan. Sebaliknya untuk peran humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga mereka masih belum menjadi humas yang seutuhnya sehingga potensi-potensi yang bisa di lakukan oleh divisi humas disini hanyalah terbatas.
5. Faktor Pendukung dan Penghambat, kedua divisi humas ini memiliki beberapa perbedaan cara pandang, mulai dari media massa di sisi Universitas Gadjah Mada dipandang sebagai faktor pendukung tetapi untuk Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga di pandang sebagai faktor penghambat. Untuk faktor pendukung keduanya memiliki faktor pendukung yang sama.
6. Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga memiliki beberapa perbedaan dalam hal menghadapi isu negatif yang menimpa mereka :
  - a) *Potential Stage*, humas Universitas Gadjah Mada sangat proaktif dalam mengantisipasi segala kemungkinan, dengan cara monitoring secara terus menerus segala media yang ada, hal ini dapat dilakukan dengan baik dikarenakan divisi humas memiliki tim khusus yang bekerja untuk memonitoring segala kejadian yang terjadi baik di dalam maupun diluar universitas. Di pihak lain humas Universitas Islam Sunan Kalijaga lebih pasif dalam hal memonitoring, di karenakan divisi humas di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga hanya berisikan 4 orang saja. Dampak dari hal ini adalah perbedaan kesiapan dari keduanya dalam menghadapi isu, humas dari Universitas Gadjah Mada lebih tanggap menghadapi isu negatif.

- b) *Imminent stage*, ditahap ini humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam menghadapi masalah cadar dirasa kurang dapat mengerti keinginan publik. sehingga membuat publik menjadi antipati terhadap Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dan membuat isu pelarangan cadar itu lebih membesar. Di lain pihak humas Universitas Gadjah Mada dalam menghadapi isu negatif UKT mahal, melakukan tindakan yang tepat sehingga membuat rasa cemas dari masyarakat tentang isu negatif tersebut menjadi berangsur-angsur menghilang..
- c) *Current Stage*, Universitas Gadjah Mada memiliki isu yang mencapai tahap ini yaitu isu tentang terbunuh nya mahasiswi di kamar mandi, dalam hal ini tindakan dari humas sudah tepat sesuai dengan teori yang mana mengikut sertakan masyarakat dalam proses penyelidikan dan segera memberikan informasi terbaru tentang penyelidikan. Segala tindakan humas ini direspon baik oleh masyarakat. Di lain pihak, humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga masih berhadapan dengan isu tentang pelarangan cadar, dengan tindakan yang salah, menyebabkan kan kemarahan masyarakat lebih besar lagi, perbedaan pendapat antara pihak perguruan tinggi dan publik ini tidak mencapai titik terang selama beberapa waktu. Hal ini membuat banyak aksi-aksi penolakan seperti demo terhadap pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- d) *Dormant stage*, Dalam kasus pelarangan cadar Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga memasuki tahap ini, sehingga untuk menyelesaikan masalah ini pihak dari universitas harus merubah apa yang telah mereka buat, dalam kasus ini pihak universitas mencabut kebijakan yang telah merka buat sebelum nya terkait tentang cadar untung menyelesaikan masalah yang ada.

Dari lima tahap ini dapat di simpulan bahwa kesiapan humas dari kedua perguruan tinggi ini sangatlah berbeda, hal ini dapat terjadi karena perbedaan persiapan yang dilakukan oleh kedua humas ini. Dari pihak Universitas Gadjah Mada humas mereka selalu melakukan monitoring kepada seluruh hal yang ada di dalam dan diluar perguruan tinggi. Hal ini membuat humas Universitas Gadjah Mada selangkah di depan di bandingkan humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang tidak melakukan monitoring secara baik, karena hal ini pula humas

Universitas Gadjah Mada dapat mencegah berkembangnya isu menjadi lebih besar lagi.

7. Ada lima tahap aktivitas manajemen isu yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga:

- a) *Identifikasi Isu*, Dalam mengidentifikasi isu, divisi humas Universitas Gadjah Mada memiliki tim khusus yang memonitoring perkembangan isu-isu yang beredar di sekitar melalui media sosial, tidak hanya isu negatif saja dan isu positif yang ada tentang Universitas Gadjah Mada saja tetapi juga menyangkut isu yang lagi hangat di bicarakan oleh banyak masyarakat diluar. Menurut humas di Universitas Gadjah Mada hal tersebut bisa di jadikan sarana untuk meningkatkan citra positif dari universitas, semakin banyak berita yang di buat oleh humas tentang Universitas Gadjah Mada semakin baik pula respon yang di terima. Sedangkan dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, divisi humas mereka hanya mengidentifikasi isu yang akan datang melalui surat kabar yang mereka baca tiap hari, saat ada hal yang menyangkut perguruan tinggi, tim humas akan mengkliping berita tersebut menjadi satu
- b) *Analisis Isu*, Dalam tahapan ini divisi humas dari kedua perguruan tinggi sama dalam menganalisis isu, hal yang harus bisa di ketahu kedua pihak yaitu isu apa yang sebenarnya terjadi lalu penyebab dan dari mana isu tersebut muncul. Lalu proses ini di perkuat dengan riset yang bekerja sama dengan dosen ahli yang ada di perguruan tinggi masing-masing. Hal yang berbeda adalah divisi humas dari Universitas Islam Sunan Kalijaga harus memberitahukan terlebih dahulu hal yang telah di temui mereka kepada rektor..
- c) *Pemilihan Strategi*, Pada tahap pemilihan strategi ini perguruan tinggi akan merencanakan tindakan yang akan dilakukan, lalu menyampaikan posisi atau sikap perguruan tinggi terhadap isu negatif. Tahap pemilihan strategi oleh humas di Universitas Gadjah Mada yaitu mengumpulkan semua pimpinan dari Universitas Gadjah Mada lalu mendiskusikan strategi dengan dipimpin oleh divisi humas. Sedangkan dari pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sistem pemilihan strateginya hampir sama tetapi ada sedikit perbedaan yaitu dalam menentukan strategi rektorlah yang memberikan perintah kepada seluruh pihak penting..

- d) *Issue action program*, Pada tahap ini perguruan tinggi melaksanakan program yang telah disusun untuk merespon isu yang terjadi. Pada tahap ini divisi humas membuat statement yang tepat lalu memberikan kepada semua pihak penting di Universitas Gadjah Mada, ini semua dilakukan agar semua statemen yang dikeluarkan saat wawancara akan sama. Dalam pembuatan statemen divisi humas bekerja sama dengan pihak ahli yang bersangkutan agar statemen yang di buat memiliki dasar ilmu yang tepat. Sedangkan tugas dari divisi humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri adalah sebagai penghubung dan sebagai pembuat artikel saat isu itu berlangsung, maksud dari penghubung adalah segala pertanyaan dari wartawan akan dihubungkan kepada ahli yang bersangkutan dengan masalah tersebut, lalu hasil jawaban tersebut akan kembali lagi ke divisi humas lalu divisi humas akan merubah jawaban ahli menjadi jawaban yang lebih bisa di mengerti pihak awam, setelah itu baru lah jawaban di kembalikan kepada pihak wartawan.
- e) *Evaluation*, Tahap ini bertujuan untuk mengukur apakah strategi yang direncanakan sesuai dengan tujuan dari perguruan tinggi. Di kedua humas perguruan tinggi sama-sama berpendapat bahwa tahap ini sangatlah penting menurut humas dari Universitas Gadjah Mada segala masalah yang terjadi pastilah memiliki sisi positif bagi pihak perguruan tinggi maka dari itu evaluasi sangatlah penting untuk dilakukan. Untuk menilai apakah strategi isu dan respon dari pihak perguruan tinggi telah dilakukan dengan baik, maka diperlukan riset dari segala aspek.

Dari lima tahap ini dapat di simpulan bahwa kesiapan humas dari kedua perguruan tinggi ini sangatlah berbeda, hal ini dapat terjadi karena perbedaan persiapan yang dilakukan oleh kedua humas ini. Dari pihak Universitas Gadjah Mada humas mereka selalu melakukan monitoring kepada seluruh hal yang ada di dalam dan diluar perguruan tinggi. Hal ini membuat humas Universitas Gadjah Mada selangkah di depan di bandingkan humas dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang tidak melakukan monitoring secara baik, karena hal ini pula humas Universitas Gadjah Mada dapat mencegah berkembangnya isu menjadi lebih besar lagi.



## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berhubungan dengan penelitian ini, ada keterbatasan dan kendala yang dihadapi secara langsung selama proses penelitian dilakukan. Yang pertama adalah sulitnya mencari Universitas yang bersedia untuk diteliti dan terbuka untuk melakukan proses pengambilan data dan penelitian.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya maupun bagi Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas narasumber dan cakupan dari penelitian seperti meneliti tentang bagaimana pandangan dari pihak mahasiswa dan divisi lain terhadap kinerja humas dengan menambah sudut pandang dari divisi lain yang bekerja sama dengan humas dan mahasiswa yang berhubungan dengan isu tersebut. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti yang tertarik untuk mengadakan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.
2. Bagi Humas Universitas Gadjah Mada yang sudah sangat baik dalam melakukan manajemen isu, humas UGM juga sangat baik dalam mempersiapkan diri melawan isu negatif yang mungkin akan menyerang dengan cara monitoring secara terus menerus. Namun, jangan pernah lengah dalam menghadapi sesuatu isu, walaupun isu tersebut mungkin terlihat tidak berarti, tetap waspada karena isu itu bisa datang kapanpun dan dimana pun.
3. Bagi Humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang walaupun hanya setingkat sub bagian yang sudah berusaha keras dengan sangat baik untuk menghadapi isu negatif, mungkin kadang kala pemberitaan oleh media terkesan menyerang universitas, namun jangan pernah menganggap wartawan dan media adalah musuh, karena media adalah senjata yang paling ampuh bagi humas untuk berhubungan dengan publik dalam mengatasi isu yang menyerang.

## Daftar Pustaka

### BUKU

- Ananda, Ida Anggraeni. 2004. *Public Relation Perguruan Tinggi: Membangun Reputasi Organisasi dalam Pengelolaan Budaya Organisasi*. BPP Perhumas
- Bungin, Burhan. Penelitian Kualitatif, Cet ke-4. Jakarta: Kencana, 2010.
- Gainey, Barbara S. 2010. *Educational Crisis Management Practices Tentatively Embrace the New Media*. Dalam *The Handbook of Crisis Communication*.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relation, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Prenada Media.
- Moeleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM press.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: PR Raja Grafindo Persada.
- Prayudi. 2007. *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relation*. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Prayudi. 2016. *Manajemen Isu & Krisis*. Yogyakarta: LPPM UPN Veteran Yogyakarta.

## SKRIPSI

- Ariani, Reny. 2016. Peran Public Relations Dalam Manajemen Isu di UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM Dalam Mengelola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM) [Tesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Gajah Mada.
- Salma, Aqida Nuril. 2017. Kebijakan Komunikasi Krisis Berbasis Internet Bidang Komunikasi Korporat (Studi Kasus Program *Emergency Response Plan* PT. Garuda Indonesia Persero Tbk) [Tesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Gajah Mada.
- Setyanto, Yugih, Paula T. Anggarina. 2015. *Humas pada Perguruan Tinggi (Hubungan dengan Media pada Institusi Pendidikan)*. Jakarta. Universitas Tarumanegara.
- Prafitri, Imas Ayu. 2010. Strategi Manajemen Krisis Humas PT Kereta Api (Persero) Daop I Jakarta (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Manajemen Krisis di PT Kereta Api (Persero) Daop I Jakarta dalam Kecelakaan KRL Pakuan Ekspres 221 dengan KRL Ekonomi 549 di Bogor Agustus 2009) [Tesis]. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.

## JURNAL

- Deitiana, Tita. 2011. *Manajemen Humas (Public Relations) di Lembaga Pendidikan*. Dalam MEDIA BISNIS. Vol. 3, No. 2:1-7.
- Sulistyaningtyas, Ike Devi. 2007. *Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 4, No. 2:131-144.
- Prastya, Narayana Mahendra. 2018. *Arti Penting Sense of Crisis bagi Humas dan Pimpinan Perguruan Tinggi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 12, Nomor 2, April 2018.
- Prastya, Narayana Mahendra. 2017. *Peran Humas Perguruan Tinggi Dalam Manajemen Krisis Organisasi*. Dalam Prosiding Seminar Nasional Seri 8.