

BAB IV

ANALISIS DATA

A. TEMUAN PENELITIAN

Dalam penelitian yang sifat kualitatif, analisis data, selain berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian, juga berguna untuk menelaah data yang diperoleh dari hasil penelitian selama penelitian berlangsung. Analisis data ini, sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya dilakukan sejak dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan.

Selama proses penelitian ditemukan bahwa:

1. Dengan beberapa kekurangan yang ada di Humas UIN Sunan Ampel Surabaya, bukan berarti bahwa Humas tidak berjalan atau fakum. Karena dalam keterbatasan itu, Humas tetap menjalin komunikasi dengan publik internalnya. Beberapa media yang digunakan oleh Humas dalam melangsungkan komunikasi dengan publik, yaitu:
 - a. Menggunakan media *sms centre*

Penggunaan media *sms centre* di sini sebagai cara Humas dalam mengatasi masalah komunikasi yang sebelumnya digunakan. Sebelum menggunakan *sms centre* dalam berkomunikasi dengan publik internalnya, Humas menggunakan media amplop, berupa surat-menyurat. Penggunaan media amplop ini dipandang kurang efektif demi lancarnya komunikasi. Karena menggunakan media

amplop sering telat untuk bisa sampai ke publik internalnya. Untuk mengatasi masalah inilah Humas menggunakan *sms centre*.

b. Menggunakan dua jejaring sosial, yaitu

1. *Facebook*, dan
2. *Twitter*

Adapun alamat facebook Humas UIN adalah “Humas uinsa Surabaya”, sementara alamat twitter-nya adalah “Humas_uinsby”.

c. Media online, web

Penggunaan web sebagai salah satu komunikasi yang digunakan oleh Humas berisi pesan, seperti:

- Kebijakan rektor
- Kegiatan rektor

d. Papan pengumuman

Adapun isi pesannya adalah sesuai konteks. Misalnya pengumuman mengenai hari libur.

e. Baliho/spanduk

Media baliho yang digunakan oleh Humas berisi pesan seperti adanya hari besar.

Dari beberapa media yang digunakan oleh sebagai sebagai media dalam berkomunikasi, media-media yang khusus untuk komunikasi dengan publik internal adalah:

1. Spanduk/baliho
2. Papan pengumuman
3. *Sms centre*

Sementara untuk dua lainnya, yaitu dua media online (*facebook* dan *twitter*) dan media online, yaitu web, bisa digunakan baik kepada internal maupun kepada eksternal. Sehingga, dari lima media yang digunakan dapat disebut sebagai media dalam berkomunikasi dengan publik internal.

Dari kelima media yang digunakan oleh Humas, Humas UIN Sunan Ampel mempraktekkan dua model komunikasi, yaitu:

1. *Model public information*

Dalam model komunikasi ini, Humas menggunakan media, yaitu:

- a. Papan pengumuman
- b. Baliho/spanduk

2. *Model two-way symetris*

Dalam model komunikasi ini, Humas menggunakan media, yaitu:

- a. *Sms center*
- b. Dua media online, *facebook* dan *twitter*
- c. Web

- 2. Humas tidak memiliki jalur komunikasi dengan mahasiswa. Karena komunikasi dengan mahasiswa sudah menjadi tugas dari Bagian Kemahasiswaan. Namun, untuk bisa tetap berkomunikasi dengan mahasiswa, Humas menggunakan media, yaitu:

- c. Web

Dengan demikian, meskipun secara anggaran, Humas tidak begitu dimaksimalkan dimana jalur komunikasi dengan mahasiswa, namun untuk menutupi itu Humas menggunakan web sehingga anggaran Humas tidak begitu banyak berkurang.

Adapun komunikasi yang terbentuk antara mahasiswa dengan Humas, selain dalam perannya sebagai mediator antara mahasiswa dengan rektor, misalnya saat terjadinya demo, adalah berkaitan dengan beasiswa.

- d. Humas menggunakan dua media online, *facebook* dan *twitter*.

Dua jejaring sosial sebagai salah media yang digunakan oleh Humas berguna untuk menjalin komunikasi dua arah dengan mahasiswa. Mahasiswa, misalnya, dengan lewat jejaring sosial dapat berkomunikasi dengan Humas terkait beberapa hal, seperti sistem akademik, tentang perkuliahan, atau keluhan mengenai nilai yang tidak cukup.

3. Strategi yang dilakukan oleh Humas dalam berkomunikasi dengan publik internal, yaitu:

- Memaksimalkan *sms centre*.

Pemaksimalan *sms centre* berkaitan dengan fungsi *sms centre* sendiri yang lebih efektif dibanding menggunakan media yang sebelumnya, surat-menyurat.

Menyadari bahwa *sms centre* lebih efektif dalam berkomunikasi, Humas menyadari untuk dapat mengembangkan *sms centre* menjadi program reg-unreg agar komunikasi, khususnya dengan mahasiswa lebih lancar. Dengan inilah, maka *sms centre* yang sebelumnya tidak untuk mahasiswa, maka dengan program reg-unreg komunikasi dengan mahasiswa juga berjalan.

- Mengembangkan kembali buletin yang sebelum pernah mati.

Buletin di *delivery* kepada email-email mahasiswa yang *up-grade*, dalam arti bagi mahasiswa yang memang berlangganan, beluten digital itu akan dikirim melalui media email. Namun, buletin digital tersebut dapat di akses hanya oleh mahasiswa yang memiliki email dengan berbasis “namamahasiswa@uinsby.ac.id”

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Publik memiliki peranan yang sangat penting terhadap keberadaan, kelangsungan bahkan kemajuan lembaga tak terkecuali lembaga pendidikan, baik lembaga pendidikan umum maupun yang agamis sekalipun. Setidaknya salah satu parameter penentu nasib lembaga pendidikan adalah publik. Bila terdapat lembaga pendidikan mengalami kemajuan, salah satu penentunya karena keterlibatan yang maksimal dari publik. Begitu pula sebaliknya, bila terdapat lembaga pendidikan yang memprihatinkan, salah satu penyebabnya karena publik enggan mendukungnya, meskipun sikap publik ini menjadi

akibat dari penyebab lainnya baik bersifat internal maupun eksternal dari lembaga pendidikan itu sendiri.

Oleh karena suatu universitas juga merupakan salah satu dari lembaga pendidikan agamis, pendidikan islam, maka keberadaan dan kemajuannya juga ditentukan oleh sikap dan peran dari publik, sehingga merupakan suatu keharusan yang sifatnya *'ainiyah*, sebuah universitas menjalin hubungan dengan publik. Hubungan sebuah universitas dengan publik yang dalam istilah ilmu komunikasi disebut *public relations* merupakan komponen penyempurna dalam manajemen universitas. Sehingga, merupakan suatu kewajiban bagi suatu universitas dalam menjalin komunikasinya dengan publiknya untuk membentuk suatu struktur yang bertugas untuk menjalin komunikasi itu sendiri yang tidak lain adalah *public relations*.

Berdasarkan data yang dipaparkan dalam pembahasan sebelumnya, ditemukan bahwa Humas di UIN Sunan Ampel Surabaya secara formal memang sudah ada. Namun, keberadaan Humas di UIN bisa dibilang sangat memprihatinkan. Selain secara struktural Humas berada di paling bawah, beberapa tugas yang seharusnya dimiliki oleh Humas malah diemban oleh struktur yang lain. Dengan tidak adanya tugas yang seharusnya dimiliki oleh Humas, maka keberadaan Humas yang merupakan corong utama penyampai informasi dan menjalin komunikasi yang berkesinambungan untuk mencapai saling pengertian antara universitas dengan salah satu dan bahkan semua dari publik internalnya secara formal tidak ditemukan. Karena proses komunikasi

antara universitas dengan mahasiswa, misalnya, sudah diberikan secara struktural kepada Bagian Kemahasiswaan.

Adalah sesuatu yang sangat memprihatinkan. Sebab, secara teoritis, dalam *public relations* harus ada dua aspek yaitu: *pertama*, sasaran *public relations* adalah *internal public* dan *external public*. *Internal public* adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh organisasi, sedangkan *external public* adalah orang-orang yang berada di luar organisasi yang memiliki hubungan atau yang diharapkan nantinya memiliki hubungan. *Kedua*, kegiatan *public relations* adalah komunikasi dua arah timbal balik. Ini berarti bahwa dalam penyampaian informasi, baik yang mengarah ke *internal public* maupun yang mengarah ke *external public* terjadi umpan balik.

Disebut memprihatinkan bukan karena tidak ada publik dalam hal ini. Tetapi lebih disebabkan karena publik yang seharusnya menjadi tanggung jawab Humas menjadi tanggung jawab struktur yang lain, yaitu Bagian Kemahasiswaan.

Secara teoritis, posisi Humas dalam lembaga UIN Sunan Ampel Surabaya, di satu sisi, tidak begitu salah. Sebab, seperti Ivy Lee, salah seorang tokoh *public relations*, telah membuat dua petunjuk penting sebagai fungsi Humas, yaitu:¹

1. Menemukan pentingnya memanusiawikan bisnis dan membawa Humas turun ke masyarakat dikalangan karyawan, pelanggan dan komunitas disekitar perusahaan.

¹ *Ibid*, hlm. 28

2. Ia duduk diantara para top-eksekutif dan tidak melaksanakan program apapun jika tidak mendapat dukungan aktif dan partisipasi pribadi dari manajemen.

Saat Humas yang ada di UIN Sunan Ampel dilihat dari fungsi pertama di atas, maka jelas tidak dapat dibenarkan saat komunikasi yang seharusnya diberikan kepada Humas diambil alih oleh struktur yang lain. Sebab, fungsi Humas dalam hal ini adalah membawa Humas turun ke kemasyarakatan di kalangan karyawan, pelanggan, dan komunitas di sekitar perusahaan. Bukan dalam konteks perusahaan, mahasiswa tentu menjadi bagian dari “pelanggan maupun komunitas di sekitar”. Saat mahasiswa menjadi sasaran bukan oleh Humas, maka tidak mungkin Humas “membawa Humas turun ke kemasyarakatan”.

Namun, posisi Humas tidaklah begitu salah saat dilihat dari fungsi kedua sebagaimana di atas. Sebab, kenyataannya, posisi Humas yang tidak menjadikan mahasiswa sebagai bagian dari publik internalnya disebabkan tidak ada dukungan aktif dan partisipasi pribadi dari manajemen. Dalam arti lain, tidak dijadikannya mahasiswa sebagai bagian dari publik internal Humas lebih disebabkan kesalahan struktural. Dalam konteks ini, Humas tidak memiliki kesalahan yang berarti. Kesalahan yang sebenarnya ada pada struktur.

Disisi lain, penelitian Humas dilakukan untuk memahami masalah secara lebih akurat, sehingga dapat diusulkan program dan pemecahan masalah yang tepat. Penelitian juga dapat merupakan informasi awal yang

diperlukan bagi perencanaan program maupun evaluasi. Penelitian merupakan hal penting bagi pengambilan keputusan, secara rasional dalam organisasi, sehingga organisasi ataupun perusahaan dapat melakukan adaptasi, dan memberikan respon terhadap lingkungan yang berubah.

Adalah sama sekali tidak baik saat Humas diposisikan sebagaimana di atas. Karena walaupun bagaimanapun, tidak akan ada penelitian lebih jauh dari pihak Humas yang dapat dijadikan sebagai perencanaan maupun evaluasi atas beberapa program yang sudah ada. Konsekuensinya dari tidak dilakukannya penelitian lebih jauh, maka komunikasi dua arah sangat sulit dilakukan secara lebih maksimal.

Dalam konteks penelitian ini, seluruh mahasiswa tidak mendapatkan informasi secara menyeluruh mengenai apa yang seharusnya mereka dapat. Misalnya mengenai suatu kebijakan tertentu. Tidak adanya informasi yang menyeluruh yang didapat oleh mahasiswa tentu disebabkan kurangnya komunikasi dua arah dari pihak yang mengemban tugas Humas, Bagian Kemahasiswaan. Peneliti sendiri seringkali tidak tahu selain informasi yang ditaruh di dinding pengumuman. Ditaruhnya informasi hanya di papan pengumuman tentu menghambat terlaksananya komunikasi dua arah. Sebab, dengan hanya menaruh informasi pihak kemahasiswaan bersikap acuh tak acuh terhadap pandangan mahasiswa mengenai informasi yang mereka lihat.

Inilah yang menyebabkan berbagai informasi kepada mahasiswa tidak menyebar secara menyeluruh. Mahasiswa dapat mengetahui informasi hanya bagi mereka yang melakukan akses ke Bagian Kemahasiswaan. Sementara

bagi mereka yang kurang aktif dalam melakukan akses ke Bagian Kemahasiswaan sangatlah sulit menemukan informasi yang seharusnya mereka dapat. Masalah utamanya adalah karena tidak diberikannya tugas yang tepat kepada Humas.

Dengan beberapa permasalahan sebagaimana disebut di atas menunjukkan bahwa keberadaan Humas dalam lingkungan UIN Sunan Ampel masih sangat bermasalah secara struktural, namun tidak demikian halnya dengan posisinya sebagai penyampai informasi. Sehingga, posisi Humas yang berkembang di UIN Sunan Ampel Surabaya lebih bisa disebut kurang begitu cocok dengan teori yang ada. Karena secara teoritis, beberapa hal yang harus dipenuhi oleh Humas diantaranya adalah:

1. Humas menduduki posisi sebagai penyampai informasi dimana informasi itu merupakan rangsangan dalam terjalinnya komunikasi dua arah.
2. Humas seharusnya ikut berperan dalam pembentukan kebijakan. Karena Humas adalah sebuah struktur yang secara langsung melakukan komunikasi dengan publik, baik internal maupun eksternal, dimana kebijakan itu dibentuk atas kepentingan publik dan lembaga itu sendiri.
3. Humas harus berhubungan secara langsung baik kepada publik internalnya maupun kepada publik eksternalnya.

Sementara Humas yang ada di UIN Sunan Ampel belum memenuhi kriteria di atas secara maksimal. Disebut sebagai kurang maksimal karena, *pertama*, Humas yang ada di UIN Sunan Ampel tidak ikut terlibat dalam pembentukan kebijakan disebabkan posisinya yang hanya sebagai Kasubbag.

Padahal yang paling mengerti tentang publik secara lebih baik adalah Humas itu sendiri. Karena Humas-lah yang aktif dalam berkomunikasi langsung kepada publiknya. Dengan posisinya yang demikian, maka sudah menjadi kewajiban untuk memposisikan Humas sebagai bagian yang ikut berperan dalam pembentukan kebijakan. Sejalan dengan latarbelakang dilakukannya penelitian serta penulisan dari skripsi ini, tentu saja yang dimaksud publik di sini hanya terbatas kepada publik internal, bukan eksternal.

Kedua, Humas yang ada di UIN Sunan Ampel tidak memiliki hubungan langsung dengan salah satu publik internal dari lembaga itu sendiri. Padahal, sebagaimana dijelaskan dalam bab II, bahwa mahasiswa adalah salah satu dari publik internal dari lembaga pendidikan, termasuk UIN Sunan Ampel Surabaya. Kondisi seperti ini sebenarnya sangat relevan dengan mengacu pada yang pertama di atas. Karena dengan tidak diikutkannya Humas dalam pembentukan kebijakan itu karena posisi Humas sendiri tidak memiliki hubungan komunikasi secara inten dengan mahasiswa.

Meskipun Humas dalam keadaan bermasalah secara struktural, namun dalam keterbatasan itu Humas tetap menjalankan fungsinya, komunikasi, dengan menggunakan beberapa media, yaitu:

1. Menggunakan dua media online *twitter* dan *facebook*
2. Papan pengumuman
3. Spanduk/baliho
4. Sms centre, dan
5. Media online, web.

Penggunaan media-media sebagaimana di atas, sebagian digunakan oleh Humas untuk menutupi kekurangannya yang jalur komunikasinya yang dihalangi oleh bagian kemahasiswaan. Media yang dimaksud adalah:

1. Dua jejaring sosial, *facebook* dan *twitter*
2. Media online, web

Selain, dengan penggunaan media seperti di atas, beberapa strategi dilakukan oleh Humas dalam berkomunikasi dengan publik internalnya. Adapun strategi yang dimaksud adalah:

- Memaksimalkan *sms centre*.

Pemaksimalan *sms centre* berkaitan dengan fungsi *sms centre* sendiri yang lebih efektif dibanding menggunakan media yang sebelumnya, surat-menyurat. Menyadari bahwa *sms centre* lebih efektif dalam berkomunikasi, Humas menyadari untuk dapat mengembangkan *sms centre* menjadi program *reg-unreg* agar komunikasi, khususnya dengan mahasiswa, lebih lancar. Dengan inilah, maka *sms centre* yang sebelumnya tidak untuk mahasiswa, maka dengan program *reg-unreg* komunikasi dengan mahasiswa juga berjalan.

- Mengembangkan kembali buletin yang sebelum pernah mati.

Buletin di *delivery* kepada email-email mahasiswa yang *up-grade*, dalam arti bagi mahasiswa yang memang berlangganan, buletin digital itu akan dikirim melalui media email. Dengan demikian, maka Humas memiliki tambahan media dalam berkomunikasi dengan publik internalnya, khususnya mahasiswa. Strategi ini sangatlah baik berkaitan

dengan posisi Humas yang secara struktural tidak memiliki porsi yang cukup dalam berkomunikasi dengan mahasiswa.

Dilihat dari media yang digunakan, Humas UIN Sunan Ampel dalam berkomunikasi dengan publik internalnya, baik komunikasi yang khusus internal, maupun yang untuk internal dan eksternal, maka Humas dipraktekkan dalam dua bentuk, yaitu:

d. *Model public information*

Disebut mempraktekkan *model public information* hal ini karena cara yang digunakan dalam berkomunikasi, seperti papan pengumuman, tujuan utamanya adalah untuk memberi tahu publik dan bukan untuk promosi dan publisitas. Dengan posisi Humas yang demikian, maka Humas yang ada di UIN Sunan Ampel mirip dengan “jurnalis-di-rumah” yang menghargai akurasi, tetapi memutuskan sendiri (tanpa riset) tentang informasi apa yang paling baik dikomunikasikan kepada publik mereka.

Sebagaimana dijelaskan dalam bab II, bahwa memang *public relations* dengan *model public information* dipraktekkan di pemerintahan, lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, dan bahkan di beberapa korporasi. Namun, disini lain juga harus ditekankan bahwa praktek dari Humas lebih baik dipraktekkan dimana komunikasi dibangun dengan dua arah.

e. *Model two-way symetris*

Untuk menutupi kekurangan, yaitu supaya komunikasi tidak selalu satu arah, Humas mempraktekkan komunikasi dengan jalur dua arah. Yaitu dengan menggunakan media seperti media online dan dua jejaring sosial. Dengan kedua media itu, Humas mempraktekkan *model two-way symetris*. Dalam model ini, Humas menerapkan komunikasi dua arah timbal balik, dimana organisasi, yaitu UIN Sunan Ampel, dengan publiknya berupaya mengadapasikan dirinya untuk kepentingan bersama. Terbuka untuk proses negosiasi sehingga terjadi relasi jangka panjang. Komunikasi berfungsi sebagai alat negosiasi dan kompromi dalam mewujudkan pemecahan masalah yang “*win-win solution*”. Organisasi benar-benar memerhatikan kepentingan publiknya. Lebih khusus, manajer senior mungkin mengubah pengetahuannya. Bagaimana dia merasa, dan cara organisasi bertindak sebagai hasil komunikasi yang simetris.

Dalam *model two-way symetris*, untuk mencapai tujuan, dibutuhkan empat langkah, yaitu:²

1. Mengidentifikasi hubungan yang sudah ada. Universitas misalnya, memiliki hubungan dengan mahasiswanya, fakultasnya, stafnya, alumninya, dewan penyantunnya, lingkungannya, komunitasnya, dengan dewan perwakilan rakyat, dengan institut lain, kopertis, dan mungkin serikat kerja yang masing-masing disebut sebagai publik.

² *Ibid*, hlm. 335-336

2. Mengevaluasi hubungan. Melalui riset, Humas mempelajari hubungan-hubungan ini untuk menentukan seberapa baik hubungan itu. Evaluasi ini merupakan proses terus menerus.
3. Mendesain kebijakan untuk meningkatkan hubungan.
4. Implementasi kebijakan.

Keempat langkah di atas adalah langkah yang harus ditempuh saat Humas dipraktekkan dalam bentuknya yang *model two-way symetris*. Karena saat Humas dipraktekkan dalam bentuknya yang *model public information*, maka dari keempat langkah tersebut tidak harus ditempuh. Humas yang bekerja dengan *model public information* tidak perlu melakukan riset untuk pertimbangan pembuatan kebijakan. Mereka tidak pernah menguji kejelasan pesan yang mereka sampaikan.

Sementara itu, Humas di UIN Sunan Ampel tidak bisa disebut mempraktekkan Humas dalam dua model lainnya, yaitu *model press agentry* dan *model two-way asymatric* karena Humas di sini tidak mencari kesempatan agar nama baik lembaga muncul di media atau menggunakan propaganda untuk mendapat perhatian terlepas salah atau pun benar serta tidak menggunakan metode seperti *polling* maupun *interview* untuk mengukur sikap publik internalnya.