

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa bulan terakhir ini, seluruh dunia di hadapkan dengan masalah yang baru pertama kali terjadi yaitu Pandemi Covid-19, dimana pada pandemi ini banyak mengakibatkan hal yang tidak terduga, yaitu salah satu contohnya adalah dengan menjauhi kerumunan dan menerapkan *social distancing*. Tentu dengan menerapkan kebiasaan baru tersebut tidak mudah bagi kita selaku makhluk sosial yang melakukan kegiatan sehari-hari di tempat publik, sehingga dengan kondisi pandemi mengharuskan sebagian masyarakat yang bekerja diluar menerapkan kegiatan *Work From Home* atau bekerja dari rumah.

Dengan dibatasinya kegiatan di tempat umum tersebut karena pandemi Covid-19, mengakibatkan banyaknya kesulitan dan kerugian yang ditimbulkan, baik dari tempat wisata yang diharuskan tutup untuk mengurangi kerumunan, dan dunia pendidikan yang mengharuskan kegiatan pembelajaran dilakukan dengan metode *online* atau daring (dalam jaringan).

Salah satu bagian dari dunia pendidikan yang turut menerapkan sistem pembelajaran daring tersebut adalah Perguruan Tinggi, dimana Perguruan Tinggi sendiri merupakan jenjang pendidikan tertinggi yang mana dilakukan untuk mengampuh pembelajaran yang lebih spesifik setelah jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) dan menjadi bekal terakhir untuk terjun secara langsung dalam dunia pekerjaan. Maka dari itu untuk sistem dalam Perguruan Tinggi sendiri lebih mendalam dan detail, baik mengenai pembinaan moral, idealisme, karakter, dan

sebagainya. Salah satu kegiatan dalam Perguruan Tinggi yang memberikan gambaran dunia pendidikan di jenjang tertinggi dan penanaman moral, baik berupa karakter dan cinta bela negara adalah kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB).

Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) merupakan kegiatan yang dilakukan pada awal masa perkuliahan dalam jenjang Perguruan Tinggi, dimana kegiatan tersebut menurut Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menyampaikan bahwa kegiatan PKKMB dilakukan untuk mempersiapkan mahasiswa baru dalam proses transisi menjadi mahasiswa dan sebagai bekal dalam menjalankan kegiatan pendidikan di jenjang Perguruan Tinggi¹.

Kegiatan PKKMB yang biasanya dilakukan setiap satu tahun sekali dengan diselenggarakannya kegiatan secara *offline* dan pembinaan materi sesuai dengan tema yang diangkat oleh Perguruan Tinggi tersebut dan aturan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia pada tahun 2020 yang bertepatan dengan kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia tentunya mengharuskan kegiatan PKKMB dilakukan secara *online* atau dengan metode daring.

Salah satu Perguruan Tinggi yang turut melaksanakan kegiatan PKKMB secara daring adalah Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dimana dengan mengangkat tema mengenai “Membangun Semangat Beprestasi dan Membangun Jiwa *Entrepreneur* di Masa Pandemi” yang dilakukan selama 4 hari dengan

1

<https://dikti.kemdikbud.go.id/pengumuman/panduan-umum-kehidupan-kampus-bagi-mahasiswa-baru-pkkmb-tahun-2020/>, diakses pada 27 Februari 2021

dihadiri oleh 2.881 mahasiswa baru². Kegiatan PKKMB pertama kali dilakukan secara *online* tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran perkuliahan dan tentunya untuk menyiapkan mental mahasiswa baru tersebut pada masa perkuliahan dengan kondisi *New Normal* pandemi ini.

Dengan kegiatan PKKMB *online* atau daring yang baru diadakan pertama kali tersebut, tentunya memiliki persiapan yang sangat matang agar kegiatan PKKMB tetap berjalan dengan lancar serta dalam penyampaian materi pun tetap disampaikan dengan baik walau tidak dilaksanakan secara langsung tatap muka atau *offline*. Maka dari itu tentunya untuk menunjang kegiatan PKKMB tersebut agar berjalan dengan maksimal banyak kegiatan pendukung yang dilakukan untuk dapat meyukseskan kegiatan PKKMB tahun 2020 tersebut, dimana baik berupa teknologi dan startegi lainnya diterapkan, yaitu salah satu yang dilakukan untuk memaksimalkan kegiatan tersebut dengan menggunakan startegi *Public Relations*.

Dalam hal ini diperlukannya kegiatan strategi seorang *Public Relations* dalam kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) yang dilakukan tanpa tatap muka atau dilakukan dengan cara *online*, baik berupa kegiatan kerja sama dengan banyak media dan narasumber, serta publikasi di media sosial terkait kegiatan PKKMB.

Di tengah pandemi Covid-19 yang sedang terjadi, sarana atau cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi adalah media, bagaimana media dapat membantu seorang *Public Relations* dalam melaksanakan dan melakukan kegiatan yang harus dilakukan dengan cara *online*, dikarenakan pandemi yang mengharuskan semua orang untuk melakukan kegiatan hanya dilakukan dari

² <https://mercubuana-yogya.ac.id/berita-6827-umby-selenggarakan-pkkmb-secara-online.html>, diakses pada 27 Februari 2021

rumah saja atau *Work From Home*, sehingga seorang praktisi *Public Relations* harus dapat melakukan strategi dan mencari cara agar kegiatan PKKMB dapat tetap berlangsung tengah pandemi Covid-19, dan juga bagaimana kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) tetap berjalan ditengah kondisi pandemi yang sedang terjadi.

Oleh karena itu, uraian diatas menjadi latar belakang terjadi penulisan, dimana penulis ingin mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana dalam kegiatan pelaksanaan Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) pada tahun 2020 di masa pandemi Covid-19 yang ada di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Dari sedikit pemaparan singkat pada latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam tulisan ini adalah:

Bagaimana Strategi *Public Relations* Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam Kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru Tahun 2020 ditengah Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, maka tujuan diadakannya kegiatan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui strategi *Public Relations* Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus ditengah pandemi Covid-19 Periode September 2020.

D. Manfaat Penulisan

Penulisan ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

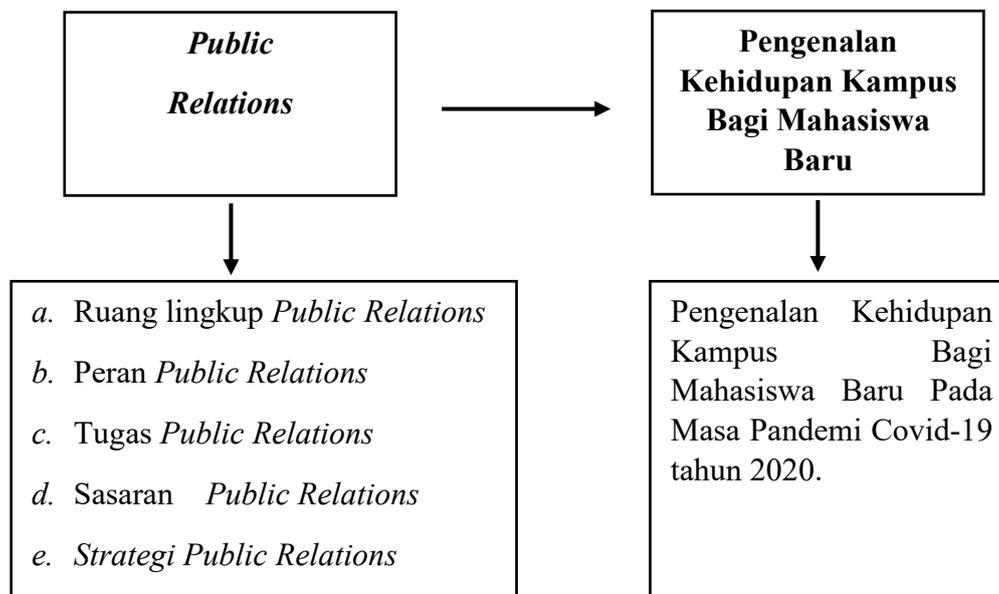
1. Manfaat Akademis

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan tambahan referensi bagi mahasiswa yang ingin mengetahui strategi *Public Relations* yang diterapkan Universitas Mercu Buana dalam melakukan kegiatan PKKMB di tengah pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Penulisan ini dapat digunakan sebagai acuan untuk pemilihan strategi atau pun menjadi evaluasi bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam melakukan kegiatan PKKMB.

E. Kerangka Teori



Tabel 1.1: Kerangka Konsep

1. *Public Relations*

Public Relations (PR) merupakan cabang ilmu komunikasi yang berfokus pada hubungan relasi yang dijalin dengan publik eksternal perusahaan atau organisasi, PR sendiri dalam sebuah instansi perusahaan atau organisasi biasanya sering ditemui sebagai divisi Humas (Hubungan Masyarakat). Seorang *Public Relations* secara umum melakukan kegiatan manajemen berupa memastikan dari pihak internal perusahaan atau organisasi berjalan baik tanpa adanya tanda-tanda kemunculan suatu krisis, dan tentunya praktisi PR melakukan kegiatan dengan pihak eksternal sebagai narahubung diantara kedua belah pihak, baik dalam kegiatan kerjasama dan lainnya.

Instansi perusahaan ataupun organisasi membutuhkan seorang praktisi *Public Relations* dikarenakan berdasarkan esensi PR itu sendiri menurut Rachmadi³, antara lain yaitu:

- a. Kegiatan yang dilakukan oleh *Public Officer* bertujuan untuk memperoleh sebuah kesepakatan yang menguntungkan, kepercayaan publik eksternal, serta pengertian dan citra baik dari publik eksternal itu sendiri.
- b. Sasaran dari praktisi PR adalah dengan menciptakan opini publik eksternal kearah yang positif terhadap instansi perusahaan atau organisasi dan tentunya menguntungkan semua pihak.
- c. Kegiatan manajemen instansi perusahaan atau organisasi turut menjadi tugas praktisi PR dalam mencapai tujuan dari masing-masing instansi perusahaan tersebut.
- d. Praktisi PR memperhatikan dalam pembangunan hubungan yang baik antara pihak internal perusahaan dengan pihak eksternal, yaitu

³ Silviani, Irene. (2020). "*Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*". Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 32

stakeholders, masyarakat, dan lainnya dengan berupa kegiatan komunikasi secara timbal balik dengan keduanya pihak tersebut.

Public Relations menurut *International Public Relations Association* (IPRA) merupakan kegiatan *Public Relations* yang menjalankan fungsi dari manajemen suatu perusahaan atau organisasi dengan melakukan kegiatan pembinaan atau pemeliharaan hubungan bersama antara suatu perusahaan atau organisasi dengan publik eksternalnya, baik berupa kerjasama, pengelolaan hubungan baik, atau bahkan penyelesaian masalah⁴. Sedangkan menurut Bonham, praktisi PR merupakan profesi yang menciptakan suatu pengertian kepada publik menjadi lebih baik untuk mendapatkan kepercayaan publik yang lebih terhadap suatu instansi perusahaan maupun organisasi⁵.

Sehingga, seluruh kegiatan yang dilakukan oleh praktisi PR fokus utama yang dilakukan adalah dengan memastikan bahwa sebuah perusahaan atau organisasi yang dinaungi PR tersebut memiliki citra yang positif dimata publik dengan segala tugas dan kewajiban yang dilakukan praktisi PR dalam mewujudkan hal tersebut, dimana juga ketika instansi perusahaan yang dinaungi adalah sebuah instansi pemerintahan. Hal tersebut membuat citra positif pemerintah menjadi penting bagi seorang praktisi PR untuk mendapatkan kepercayaan tentunya dari masyarakat atas kinerja dari kegiatan pemerintah atas sebutan wakil rakyat tersebut. Sehingga perlunya seorang praktisi PR melakukan tugas-tugas sebagai seorang *Public Officer* yang profesional.

⁴Rumanti, Maria Assumpta. (2002). "*Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*". Jakarta: PT Grasindo, 12

⁵ Silviani, Irene. Op. Cit, 30

a. Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup dari praktisi PR dalam sebuah instansi perusahaan atau organisasi meliputi dua bagian, yaitu⁶:

1) Membina hubungan ke dalam (Publik Internal)

Membina hubungan ke dalam atau ke bagian internal instansi perusahaan itu sendiri, dimana praktisi PR mampu mengidentifikasi gambaran dalam manajemen organisasi di pihak internal instansi perusahaan, baik berupa kebijakan, program, serta hingga kepada manajemen kearah krisis dalam internal instansi perusahaan.

2) Membina hubungan keluar (Publik Eksternal)

Membina hubungan keluar atau bagian eksternal instansi perusahaan adalah publik, yaitu dalam hal ini adalah masyarakat. Praktisi PR membina hubungan dengan publik agar dapat membuat sikap dan gambaran publik yang positif terhadap instansi perusahaan yang dinaungi oleh PR tersebut.

b. Peran *Public Relations*

Peran praktisi *Public Relations* dalam suatu instansi perusahaan atau organisasi dapat berupa⁷ :

1) Penasehat Ahli

Seorang praktisi PR dibutuhkan dalam kegiatan pemberian solusi dan menyelesaikan masalah, baik oleh pihak internal perusahaan mengenai kegiatan manajemen dan pihak eksternal yang

⁶ Sari, A. Anditha. (2017). "*Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*". Yogyakarta: PT. Deepublish Publisher, 3

⁷ Nova, Firsan. (2009). "*Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*". Jakarta: Grasindo, 45

membutuhkan praktisi PR dalam pendapat yang berhubungan dengan kerjasama atau bersangkutan dengan pihak instansi perusahaan.

2) Fasilitator Komunikasi

Seorang Praktisi PR pada umumnya bertindak sebagai komunikator dan mediator dalam sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan, seperti menyampaikan informasi yang dibutuhkan instansi perusahaan mengenai publik eksternal atau mengenai publik internal.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Praktisi PR turut ambil peran mengenai proses pemecahan masalah yang mana berkaitan dengan kegiatan manajemen instansi perusahaan baik berupa program, kerjasama dan krisis dari internal perusahaan.

4) Teknisi Komunikasi

Dalam hal ini praktisi PR turut menjadi teknisi komunikasi yaitu sebagai pemberi informasi dengan bentuk berita yaitu seperti *press release*.

c. Tugas *Public Relations*

Praktisi PR memiliki 5 tugas pokok, yaitu⁸:

- 1) Menjadi narahubung yang baik serta bertanggung jawab atas segala informasi yang dibutuhkan publik eksternal terkait informasi internal perusahaan, yang mana hal tersebut bertujuan untuk memenuhi

⁸Rumanti, Maria Assumpta. Op. Cit, 39

harapan publik akan perusahaan dan dilakukan untuk mengelola hubungan antara pihak internal dan publik eksternal itu sendiri.

- 2) Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi pendapat dari publik eksternal terkait perusahaan, baik berupa kinerja perusahaan ataupun citra perusahaan. Sehingga dalam hal ini dapat mengetahui perkembangan dan keinginan publik eksternal terkait perusahaan yang dapat dipenuhi untuk memenuhi keinginan publik tersebut.
- 3) Membentuk, memperbaiki, dan mempertahankan citra dari suatu perusahaan atau organisasi, dalam hal ini bahwa praktisi PR perlu menyadari citra dari perusahaan yang dinaunginya, bagaimana citra tersebut berkembang di publik eksternal, apakah positif atau sebaliknya.
- 4) Melakukan tanggung jawab sosial dengan segala publik yang berhubungan dengan praktisi PR, seperti publik eksternal, pihak internal perusahaan, dan pers. Dalam hal ini praktisi PR menjamin terbukanya suatu informasi yang dibutuhkan oleh segala pihak, yang mana hal tersebut juga akan berpengaruh pada citra perusahaan sendiri.
- 5) Melakukan tindakan komunikasi secara timbal balik, kegiatan manajemen, kepemimpinan, dan pengetahuan struktur organisasi. Hal tersebut dilakukan ketika membentuk suatu strategi dalam menghadapi krisis, sebagai penasihat, dan melaksanakan fungsi PR dalam menunjang tujuan dari instansi perusahaan.

d. Sasaran Kegiatan *Public Relations*

Sasaran kegiatan praktisi PR menurut H. Fayol adalah sebagai berikut⁹.

- 1) Membangun Identitas dan Citra Perusahaan.
- 2) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
- 3) Mendukung setiap kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- 4) Menangani keluhan dan menghadapi krisis dengan tindakan manajemen krisis dan *Public Relations recovery of image* dalam memperbaiki kehilangan citra akibat krisis yang terjadi pada instansi perusahaan.
- 5) Mempromosikan Aspek Kemasyarakatan.
- 6) Mempromosikan hal-hal yang menyangkut kepentingan publik.
- 7) Mendukung kegiatan kampanye sosial.

e. Strategi *Public Relations*

Strategi *Public Relations* dalam suatu instansi perusahaan atau organisasi menurut Ruslan, antara lain¹⁰:

- 1) Publikasi

Fungsi dan tugas dari praktisi PR sendiri adalah melakukan kegiatan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui media yang beragam mengenai suatu informasi atau aktivitas yang dilakukan instansi perusahaan yang publik turut mengetahuinya.

⁹ Nova, Firsan. Op. Cit, 43

¹⁰ Nova, Firsan. Op. Cit, 41

Sehingga perlunya kerjasama atau relasi dengan pihak media untuk kegiatan publikasi yang tentunya menguntungkan citra dari instansi perusahaan.

2) *Event*

Praktisi PR juga turut merancang dan melaksanakan *event* dengan tujuan untuk memperkenalkan instansi perusahaan dan tentunya mendekatkan diri dengan publik serta memengaruhi opini publik dengan adanya *event* tersebut, *event* yang dapat dilaksanakan berupa *calender event*, *special event*, dan *moment event*.

3) Berita

Membuat berita seperti *press release*, *news latter*, bulletin dan sebagainya merupakan kemampuan yang sudah seharusnya dimiliki oleh praktisi PR sebagai kegiatan publikasi mengenai kegiatan atau informasi dari pihak internal perusahaan.

4) Kontak Sosial

Praktisi PR turut melaksanakan kontak sosial dengan berbagai pihak eksternal dengan tujuan untuk menjaga hubungan baik antara pihak eksternal dan internal perusahaan yang dinaungi oleh praktisi PR tersebut.

5) Memberitahu atau Meraih Citra

Kegiatan praktisi PR dalam memperoleh citra positif dari publik eksternal adalah dengan memberitahu informasi yang dapat membentuk citra positif instansi perusahaan dari publik tersebut atau dengan menarik perhatian yang tentunya untuk mendapatkan citra positif dari publik eksternal.

6) Lobi dan Negosiasi

Keterampilan yang perlu dimiliki oleh praktisi PR salah satunya adalah lobi dan negosiasi, dimana keterampilan tersebut diperlukan oleh PR dalam berhubungan dengan pihak eksternal instansi perusahaan dalam memenangkan sesuatu, baik berupa keputusan, kerjasama dan lainnya.

7) Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial sebagai seorang praktisi PR turut mencerminkan citra instansi perusahaan, sehingga dalam hal ini PR merupakan citra diri yang ditampilkan perusahaan yang mana digunakan untuk meningkatkan citra positif dari publik eksternal.

2. Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru

Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) menurut Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan merupakan suatu kegiatan bagi mahasiswa baru sebagai bentuk upaya sambutan dengan kehidupan baru di suatu Perguruan Tinggi yang dilakukan dalam rangka melewati proses perpindahan dari siswa menjadi seorang mahasiswa, selain itu juga pada kegiatan PKKMB ini dilakukan untuk memberikan gambaran dunia perkuliahan agar dalam proses kegiatan pendidikan di Perguruan Tinggi dapat berjalan dengan lancar karena sudah diberikan gambaran umum pada masa kegiatan PKKMB¹¹.

Kegiatan PKKMB juga dilakukan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan pembinaan terhadap calon mahasiswa tersebut dalam hal idealisme,

¹¹ <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Panduan-PKKMB-2020.pdf>, diakses pada 25 Februari 2020

rasa cinta tanah air, kepedulian terhadap sekitar dan lingkungan, serta tentunya untuk menciptakan generasi yang berkarakter, regilius, nasionalis, gotong royong dan berintegrasi. Sehingga ketika menjalankan tanggung jawab sebagai mahasiswa tetap menerapkan moral mahasiswa yang berkarakter dan cinta tanah air, serta selanjutnya ketika sudah menempuh kegiatan pendidikan di Perguruan Tinggi dapat mengabdikan kepada bangsa dan negara atas ilmu yang sudah didapat pada masa pendidikan di Perguruan Tinggi tersebut.

Maka dari itu setiap Perguruan Tinggi melakukan kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB), baik Negeri maupun swasta, berbentuk Universitas, Sekolah Tinggi, dan sebagainya turut melakukan kegiatan PKKMB guna memperkenalkan diawal bagaimana kegiatan pada masa mengambil jenjang di Perguruan Tinggi.

a. Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 tentunya menyebabkan terjadinya perubahan dalam segala bidang, baik dalam perekonomian, kesehatan tentunya dan pendidikan turut merasakan dampak yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 ini. Dimana dalam hal tersebut kehidupan sosial dalam sehari-hari harus dikurangi, baik berupa kerumunan dan hal-hal lain yang dapat memicu penularan Covid-19, maka dari itu diadakannya *social distancing* yang menekankan masyarakat untuk mengurangi kerumunan dan keramaian di tempat umum. Pada bidang pendidikan tentunya merasakan dampak dengan diberhentikan kegiatan belajar mengajar di sekolah yang bersifat berkerumunan dan beralih dengan konsep pembelajaran *online* atau daring (dalam jaringan).

Sehingga untuk kegiatan yang setiap tahun diadakan oleh pihak Perguruan Tinggi dalam menyambut mahasiswa baru, yaitu berupa kegiatan PKKMB pada awal semester ganjil tentunya mendapatkan imbas untuk tidak dapat dilakukan secara langsung atau berkerumunan. Sehingga kegiatan PKKMB pada tahun 2020 turut berinovasi dengan menggunakan media yang tidak menyebabkan kerumunan, dimana yaitu dengan PKKMB secara *online* atau daring sesuai dengan kebijakan dari masing-masing Perguruan Tinggi tersebut.

b. Tujuan Umum dan Khusus PKKMB Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Dalam kegiatan PKKMB pada masa pandemi Covid-19 Tahun 2020 memiliki tujuan umum dan khusus yaitu antara lain¹²:

1) Tujuan Umum

Untuk memberikan pembekalan kepada mahasiswa baru agar dapat lebih cepat dalam melakukan kegiatan adaptasi dengan lingkungan Perguruan Tinggi.

2) Tujuan Khusus

- a) Menanamkan kesadaran berbangsa, bernegara, bela negara dan peduli lingkungan berdasarkan 4 pilar bangsa yaitu Pancasila, UUD 1945 dan Bhineka Tunggal Ika.
- b) Memperkenalkan sistem pembelajaran di kehidupan Perguruan Tinggi dan hak serta kewajiban seorang mahasiswa.
- c) Mewujudkan Perguruan Tinggi yang ramah dan sehat, serta dan lainnya.

¹² <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Panduan-PKKMB-2020.pdf>, diakses pada 25 Februari 2020

c. Materi Dalam PKKMB Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Materi yang disampaikan atau ditekankan pada PKKMB saat pandemi Covid-19 tahun 2020 antara lain¹³:

- 1) Pembinaan kesadaran bela negara.
- 2) Kehidupan berbangsa dan bernegara.
- 3) Pembinaan gerakan nasional revolusi mental: Indonesia melayani, bersih, tertib, mandiri, dan bersatu.
- 4) Sistem Pendidikan Tinggi di Indonesia
- 5) Perguruan Tinggi di era revolusi industri 4.0 di kehidupan baru pasca pandemi Covid-19 (*New Normal*).
- 6) Kesadaran lingkungan hidup dan kesiapsiagaan bencana di Perguruan Tinggi.

F. Metode Penulisan

Pada penulisan ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Menurut Creswell, J.W, penulisan kualitatif adalah suatu proses penulisan untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informasi, serta dilakukan dalam latar atau *setting* yang alamiah.¹⁴

Penulisan kualitatif ini secara spesifik lebih diarahkan pada penggunaan metode studi kasus. Dimana Creswell mendefinisikan studi kasus sebagai suatu

¹³ <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Panduan-PKKMB-2020.pdf>, diakses pada 25 Februari 2020

¹⁴ M. Askari Zakariah, Vivi Afriani, KH. M. Zakariah (2020). "Metodologi Penulisan Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka. 28

eksplorasi dari sistem-sistem yang terkait (*bounded system*) atau kasus. Suatu kasus menarik untuk diteliti karena corak khas kasus tersebut yang memiliki arti yang mendalam. Patton juga menambahkan pengertian studi kasus adalah studi tentang kekhususan dan kompleksitas suatu kasus tunggal dan berusaha untuk mengerti kasus tersebut dalam konteks, situasi dan waktu tertentu.¹⁵

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mendalami studi tentang perorangan, kelompok, program, instansi, bahkan negara. Serta untuk memahami kasus khusus yang terjadi serta mengatasi masalah yang sedang dihadapi atau akan dihadapi. Dan dapat berinteraksi langsung dengan *Public Relations* Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

1. Subjek Penulisan

Subjek penulisan ini adalah orang-orang yang memiliki wewenang dalam bidangnya yaitu bagian Humas atau *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Subjek penelitian ini ialah Kepala Bagian Humas Universitas Mercu Buana Bapak Widarta, Staf Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta yaitu Saudari Aqila dan Saudari Fitriana dan Bapak Fachmi selaku Kepala Panitia PKKMB UMBY tahun 2020.

Dengan menentukan subjek yang diteliti, maka penulis akan dimudahkan dalam mencari data yang akan didapatkan dari subjek penulisan.

2. Objek Penulisan

Objek dari penulisan ini yaitu mencari dan mengetahui Strategi *Public Relations* yang ada di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam melakukan kegiatan PKKMB yang akan diteliti dan didasarkan dari informasi yang tersedia serta sesuai dengan penulisan.

¹⁵ Prof. Dr. Conny R. Semiawan (2010). "*Metode Penulisan Kualitatif*". Jakarta:Grasindo.49

Kegiatan penelitian dilakukan di Kampus 1 Universitas Mercu Buana Yogyakarta yaitu di Jl. Raya Wates-Jogjakarta, Karanglo, Argomulyo, Kec. Sedayu, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55752 dan di Jl. Padjajaran (Ring Road Utara), Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara seorang penulis untuk mendapatkan data-data yang dapat menjelaskan permasalahan dari penulisannya. Dalam penulisan ini, Teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu :

1. Wawancara

Dalam penulisan kualitatif wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penulisan kualitatif adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam adalah proses memperoleh informasi atau keterangan untuk tujuan penulisan dengan cara tanya jawab bertatap muka langsung antara pewawancara dengan informan subjek yang diwawancarai.¹⁶

Kemudian dalam melakukan teknik wawancara ini penulis harus mampu menciptakan hubungan yang baik sehingga informan dapat bersedia bekerja sama sehingga memperoleh informasi yang sebenar-benarnya. Dengan menggunakan teknik wawancara yang terstruktur, penulis ingin pembicaraan yang akan lebih terarah dan fokus

¹⁶ Mardawani (2020). "*Praktis Penulisan Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*". Yogyakarta: Deepublish,50

dengan tujuan penulisan. Informan pada penulisan ini adalah Kepala dan staf Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta khususnya yang berada di Kampus 3.

2. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan mencermati atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendirian atau oleh orang lain tentang subjek penulisan. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain.¹⁷

Dalam melakukan metode pelaksanaan dokumentasi, penulis menyelidiki benda-benda tertulis seperti notulen rapat/hasil kegiatan, dokumen-dokumen penting terkait dengan kegiatan PKKMB, dan media sosial seperti, *Instagram* dan media lainnya yang membantu berjalannya kegiatan yang dilakukan oleh bagian Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

H. Teknik Analisis Data

Pada penulisan ini penulis menggunakan metode deskriptif analitik, dimana penulis mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data yang dikumpulkan berasal dari wawancara, dokumen, dan dokumen lainnya, serta dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan yang ada. Menurut Miles dan

¹⁷ Mardawani, loc. cit.

Huberman ada tiga tahapan teknik analisis data dalam metode kualitatif meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi,¹⁸

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih dan memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Menurut Sugiyono, reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Menurut Miles dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti valid dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

¹⁸ Hengki Wijaya (2018). "*Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*". Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 56-59