

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu berinteraksi dengan lingkungannya baik itu terhadap sesamanya, kelompok atau sebuah organisasi. Organisasi sendiri merupakan salah satu wadah ataupun tempat bagi seseorang untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang sudah direncanakan dan disepakati bersama. Perkumpulan yang terdapat di sebuah organisasi memiliki kesepakatan untuk pencapaian tujuan yang telah ditentukan melalui sumber daya secara sistematis dan rasional serta dikendalikan oleh pemimpin yang memimpin jalannya operasional secara terencana. Sebuah organisasi merupakan suatu pola hubungan yang mengarahkan orang-orang melalui arahan manajer untuk mengejar tujuan bersama, lebih sederhananya organisasi merupakan suatu sistem aktivitas kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih (Robbins, 1994: 4).

Teori organisasi modern telah berkembang dari konsep organisasi tradisional yang menempatkan ketentuan pada struktur organisasi, sehingga organisasi sudah pasti memiliki struktur yang disusun berdasarkan unit-unit pengelolaan kerja didalamnya. Fungsi pengelolaan menjangkau seluruh organisasi dengan menghubungkan organisasi dengan lingkungannya, mengatur tujuan dan merencanakan, mengorganisasi dan mengontrol aktifitas-aktifitas yang dibutuhkan. Sehingga tujuan terbentuknya struktur organisasi tergambarkan dengan jelas menunjukkan adanya pembagian kerja serta fungsi-fungsi yang harus dijalankan, agar dapat dipahami oleh semua komponen dalam rangka mencapai tujuan organisasi, struktur tersebut

mengatur pembagian pelaksanaan tugas serta pekerjaan yang tugaskan oleh organisasi, struktur juga menggambarkan hubungan secara internal maupun eksternal di organisasi dan sudah dikelompokkan secara formal (Robbins, 2007).

Pada dasarnya jika dilihat dari sifatnya organisasi dapat dibedakan menjadi dua diantaranya adalah organisasi formal dan informal dengan perbedaan yang cukup jelas diantara keduanya, Hicks dalam Wursanto (2005: 63-64), Pada organisasi formal memiliki ciri-ciri sebagai berikut,:

1. Suatu organisasi formal mempunyai struktur yang baik, yang dapat menggambarkan hubungan-hubungan wewenang kekuasaan, akuntabilitas, dan pertanggung jawaban. Struktur itu pula dapat menunjukkan saluran-saluran melalui komunikasi tata hubungan.
2. Organisasi formal mempunyai spesifikasi jabatan yang jelas bagi setiap anggota.
3. Hirarki dan tujuan organisasi formal dinyatakan dengan tegas.
4. Dalam organisasi formal masalah status, prestasi, gaji, kedudukan atau pangkat dan penghasilan diatur dan diawasi dengan baik.
5. Organisasi formal bertahan lama dan direncanakan, sebab penempatannya sesuai dengan peraturan. Mereka relatif tidak fleksibel.
6. Dalam organisasi formal, keanggotaan diperoleh secara sadar, pada waktu tertentu dan umumnya terbuka.

Setelah diatas membahas ciri-ciri organisasi formal, berikut perbandingan organisasi nonformal yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Disusun secara bebas, spontan, tidak pasti dan tidak fleksibel.

2. Keanggotaanya diperoleh secara sadar atau secara tidak sadar.
3. Kapan seorang menjadi anggota sulit ditentukan.
4. Tidak ada perincian secara tegas tentang tujuan organisasi.
5. Biasanya bersifat sementara.
6. Tidak mempunyai struktur yang dinyatakan dengan baik.
7. Tidak mempunyai perincian yang tegas tentang tugas-tugas dari setiap anggota organisasi.
8. Hubungan-hubungan yang terjadi antara para anggota berlangsung secara pribadi/informal.

Jika lebih khusus lagi organisasi bisa berbentuk berdasarkan jenis aktivitas didalamnya mulai dari organisasi Politik, organisasi Sosial, organisasi olahraga, organisasi Sekolah, organisasi kemasyarakatan, organisasi bisnis, organisasi Negara dan organisasi Mahasiswa. Dimana seluruh aktivitas yang dilakukan berdasarkan kelompok/golongan dengan memiliki tujuan masing-masing berbeda berdasarkan jenis yang disebutkan di atas misal dengan tujuan untuk mendapatkan kekuasaan, pengembangan karakter, pengembangan bakat, ataupun wadah dalam mengikuti suatu pertandingan.

Organisasi Mahasiswa merupakan organisasi yang di dalamnya beranggotakan mahasiswa untuk mewedahi minat, bakat, dan potensi mahasiswa dalam menjalankan kegiatan intrakurikuler atau ekstrakurikuler. Ikut serta dalam organisasi akan memperoleh mamfaat yang bayak karena organisasi mahasiswa berperan sebagai ajang simulasi atau latihan dunia kerja yang sesungguhnya. Hal ini disebabkan karena bangku sekolah atau

perkuliahan tidak mengajari kemampuan-kemampuan yang tergolong soft skills seperti ini. Saat berada di dalam kelas, mahasiswa hanya sebatas mendapat pengetahuan teknis akan suatu disiplin ilmu. Berdasarkan pengalaman para recruiter perusahaan, seringkali memiliki riwayat organisasi memang merupakan nilai tambah bagi calon pegawai baru. Seperti poin-poin mengenai manfaat organisasi di atas, kebanyakan perusahaan berpendapat bahwa calon pegawai yang memiliki pengalaman organisasi lebih terlatih jiwa kepemimpinannya, memiliki manajemen waktu yang lebih baik, jaringannya yang lebih luas, keterampilan interpersonalnya juga lebih baik, serta pemilihan solusi dan pemecahan masalah yang lebih baik dan lebih terlatih menyelesaikan konflik jika dibanding mereka yang tidak memiliki pengalaman organisasi.

Dengan mengikuti organisasi mahasiswa, banyak sekali manfaat yang diperoleh untuk masa depan mahasiswa sendiri dikemudian hari. Dengan catatan, mahasiswa tersebut berperan sebagai partisipan aktif, bukan sebagai anggota yang sekedar terdaftar namanya saja dan jarang mengikuti kegiatan yang diadakan. Dengan mamfaat secara umum ialah Melatih Leadership, Belajar Mengatur Waktu, Memperluas Jaringan atau Networking, Mengasah Kemampuan Sosial, Problem Solving dan Manajemen Konflik, Sukarman (2004: 69).

Pada dasarnya, Organisasi Mahasiswa adalah sebuah wadah berkumpulnya mahasiswa demi mencapai tujuan bersama, namun harus tetap sesuai dengan koridor AD/ART yang disetujui oleh semua pengurus organisasi tersebut. Organisasi Mahasiswa tidak boleh tunduk dan menyerah

pada tuntutan lembaga kampus tempat organisasi itu bernaung, melainkan harus kritis dan tetap berjuang atas nama mahasiswa, bukan pribadi atau golongan. Sedangkan secara yuridis organisasi mahasiswa telah memiliki payung hukum yang menjamin keberadannya yaitu PP NO. 60 tahun 1999 tt Perguruan Tinggi yang kemudian secara teknis dilindungi Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia NOMOR 155 /U/1998.

Kemudian organisasi mahasiswa dibedakan menjadi 2 yaitu internal dan eksternal kampus. Organisasi kemahasiswaan intra perguruan tinggi adalah wahana dan sarana pengembangan diri mahasiswa ke arah perluasan wawasan dan peningkatan kecendekiawanan serta integritas kepribadian untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik secara profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, kesenian. Beberapa bentuk organisasi intra kampus diantara adalah unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang terbentuk untuk memenuhi minat bakat mahasiswanya baik dibidang olah raga, seni, karya tulis, dan lain sebagainya serta Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Sedangkan organisasi Ekstra Kampus adalah organisasi yang aktivitasnya di luar lingkup Universitas atau Perguruan Tinggi, dan biasanya berafiliasi dengan Partai Politik tertentu walaupun tidak bersifat secara eksplisit. Walaupun beranggotakan Mahasiswa, akan tetapi banyak pengurus atau pimpinan yang merupakan alumni disetiap tingkatan, mulai dari Fakultas, Universitas, Cabang, Wilayah hingga Pengurus Besar. Contoh organisasi ekstra kampus yang ada di Indonesia diantaranya PMII, HMI, GMNI, FMN, GMKI, IMM, dan lain-lain.

Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) merupakan salah satu elemen mahasiswa yang terus bercita-cita mewujudkan Indonesia ke depan menjadi lebih baik. PMII berdiri di Surabaya pada tanggal 17 April 1960 dan bertepatan dengan tanggal 21 syawal 1379 H dengan latar belakang situasi politik tahun 1960-an yang mengharuskan mahasiswa turut andil dalam mewarnai kehidupan sosial politik di Indonesia. Pendirian PMII dimotori oleh kalangan muda NU (meskipun di kemudian hari dengan dicetuskannya Deklarasi Murnajati 14 Juli 1972, PMII menyatakan sikap independen dari lembaga NU). Adapun ketua umum pertamanya ialah Mahbub Djunaedi. Organisasi yang memiliki slogan Dzikir, Fikir, Amal Saleh ini, sekarang memiliki kantor pusat di Jakarta dan selalu berperan aktif dalam gerakan kebangsaan, kemasiswaan, kemanusiaan, dan keagamaan, (PMII Rayon "KAWAH" Chondrodinmuko UIN Malang, 2012: 1).

Hampir di seluruh Universitas dan Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta terdapat organisasi PMII yang beranggotakan Mahasiswa ataupun Alumni dengan jumlah kader yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Salah satu Kampus Negeri yang memiliki banyak Kader yaitu Universitas Trunojoyo Madura (UTM), kampus yang berada di Pulau Madura ini memiliki mahasiswa yang tingkat religiusnya tinggi, maka tidak salah jika perkembangan PMII di UTM sangat pesat. Di UTM sendiri PMII memiliki struktur yang bertingkat, ditingkat Universitas terdapat Komisariat yang menaunginya sedangkan di setiap Fakultas dinaungi oleh Rayon aktif didalamnya. Terdapat 8 rayon di Komisariat UTM seperti (Rayon Al-Amin) Fakultas Hukum, (Rayon As-Shiddiq) Ekonomi, (Rayon Al- Faruq) Teknik,

(Al-Furqon) Pendidikan, (Al-Fatah) SOSKOM, (As-Syiir) SASING, (Rayon Al-Fatih) FKis hingga, Rayon Al-Hasany di Fakultas pertanian. Setiap ajaran baru masing-masing Rayon selalu melakukan penjangkaran anggota IKAMAPAB (Ikatan Alumni Masa Penerimaan Anggota Baru), yang berguna untuk melanjutkan estafet roda organisasi di masa yang akan datang.

Tabel 1.1
Persentase Mahasiswa baru yang ikut PMII di Setiap Fakultas Tahun 2014-2016

Fakultas	Tahun 2014			Tahun 2015			Tahun 2016		
	Ikamapaba	Jml. Mhs Baru	%	Ikamapaba	Jml. Mhs Baru	%	Ikamapaba	Jml. Mhs Baru	%
Hukum	34	395	8,60%	32	346	9,20%	29	282	10,30%
Ekonomi	40	550	7,20%	46	547	8,40%	110	716	15,50%
Pertanian	15	381	3,90%	22	367	5,90%	14	340	4,10%
Teknik	34	559	6,08%	31	509	6,10%	37	587	6,30%
Pendidikan	30	756	3,96%	32	776	4,10%	25	458	5,50%
Fkis	35	252	13,90%	42	297	14,10%	31	127	24,40%

Sumber : Database Komisariat PMII UTM (tahun 2014-2016)

Berdasarkan data di atas persentase Ikatan Alumni Masa Penerimaan Anggota Baru (IKAMAPABA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis disetiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah anggota yang stabil, jika dibandingkan dengan fakultas lainnya yang masih mengalami naik turun jumlah anggota dan jumlah anggotanya masih jauh dibawah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Berdasarkan observasi yang dilakukan, terus meningkatnya jumlah anggota baru yang bergabung dengan PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis disebabkan oleh inisiatif baik yang berupa pendekatan dan pergerakan yang dilakukan Rayon As-Shiddiq dalam mencari anggota baru, dan secara keseluruhan kegiatan yang dilakukan

benar-benar dirasakan keberadaan ataupun dampaknya oleh kader PMII sendiri dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada umumnya. Selain karena hal tersebut, selalu munculnya figure mapan yang berasal dari Rayon di Fakultas Ekonomi dan Bisnis misal, yang menjadi Gubernur Fakultas, Ketua UKM, Ketua HPM ataupun paling sederhana menjadi panitia Pemilihan dan juga PKKMB/Ospek yang juga menambahkan kekuatan dalam melakukan kegiatan dan penjangkaran kader yang berdampak terhadap anggota baru setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, selain itu berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti banyak mendapatkan temuan bahwasannya Rayon As-Shiddiq masih menempatkan diri sebagai Leader dalam setiap kegiatan PMII di UTM, berdasarkan berbagai temuan itu bisa ditarik suatu pernyataan bahwa citra PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis sangat baik.

Dampak nyata yang dihasilkan dari citra positif Rayon, bisa dilihat dari jumlah anggota baru setiap tahunnya yang terus meningkat, seperti yang digambarkan pada tabel di atas. Di tahun 2014 berjumlah 40 anggota Ikamapaba atau jika dipersentasekan 7,2% dan di tahun berikutnya mengalami peningkatan jumlah anggota menjadi 46 atau mengalami peningkatan persentase menjadi 8,4%, dan pada puncaknya di tahun 2016 mengalami persentase kenaikan yang sangat signifikan yaitu mencapai 7,1% (dari 8,4% ke 15,5%). Terlepas dari faktor jumlah mahasiswa baru di tahun 2016 memang mengalami kenaikan, akan tetapi citra PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis memang sangat kuat, terbukti ketika dilakukan observasi dengan bertanya kepada salah satu anggota pada tahun 2016 mengatakan

bahwa alasan ikut PMII , karena PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis bagus, banyak yang bergabung ke PMII karena saran dari kakak tingkatnya, yang mengatakan bahwa salah satu PMII di UTM yang bagus ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Akan tetapi dibalik munculnya citra yang positif tersebut ada masalah yang dialami oleh Rayon As-Shiddiq, yaitu berkurangnya secara drastis jumlah anggota bahkan sebelum memasuki setengah periode, tentu hal ini juga kurang baik untuk citra positif yang sudah dimiliki oleh Rayon As-Shiddiq. Kurangnya jumlah anggota tersebut bisa dilihat dari data berikut:

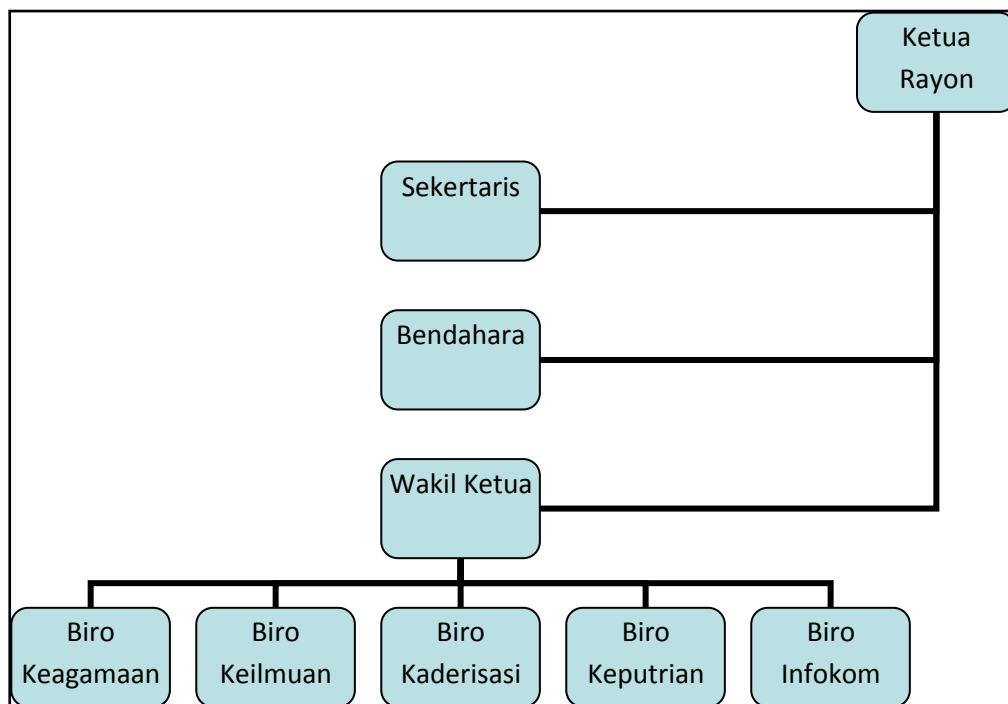
Tabel 1.2
Gambar Siklus Jumlah Anggota IKAMAPABA Rayon As-Shiddiq Periode 2014, 2015 dan 2016

Angkatan	Jumlah awal	Bulan Ke 2	Bulan Ke 4	Bulan ke 6	Persentase
2014	40	25	19	14	31%
2015	46	30	24	17	36,9%
2016	110	60	34	21	19%

Sumber: Data Observasi Rayon As-Shiddiq (2017)

Berkaca dari berbagai Fenomena diatas, maka munculah pertanyaan terkait *Public relation* yang dilakukan Rayon dalam upaya mempertahankan citra PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bagaimana kegiatan *public relation* yang diterapkan dalam menghadapi dan muncul fenomena diatas, Maka dari itu perlu dilakukan eksplorasi terhadap kegiatan *Public relation* yang dilakukan dalam upaya terus mempertahankan citra Rayon As-Shiddiq.

Jika mendasarkan struktur rayon tugas mengawal serta mengayomi anggota Ikamapaba memang pekerjaan Biro Kaderisasi, biro kaderisasi berperan dalam berhubungan langsung dengan anggota berperan sebagai penyambungan lidah dan biro yang paling paham terhadap situasi dan gejala yang terjadi di anggota Ikamapaba.



Gambar 1.1
Gambar Bagan Struktur Rayon As-Shiddiq Periode 2016-2017

Pakar *Public relation* ternama mengatakan defenisi *Public relation* yang berbunyi sebagai berikut: Public Relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, melaksanakan program-program yang terencana mengenai kegiatan-

kegiatan yang melayani, baik kepentingan organisasi maupun kepentingan publik (Ruslan, 1998:78).

Public relation sendiri adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak dengan tujuan mempertahankan ataupun membangun citra (British, 2002: 9). *Public relation* juga sering diartikan sebagai alat yang digunakan untuk menjalankan dan mengatur komunikasi dengan tujuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik serta saling menguntungkan dengan para public organisasi. Dengan terciptanya hubungan yang baik tersebut, organisasi akan mendapatkan citra atau penilaian yang positif dari masyarakat, sehingga dengan begitu organisasi tersebut dapat dengan mudah dijalankan dalam pencapaian tujuan organisasi mereka karena telah mendapatkan dukungan dari publik organisasi (Ruslan, 2001: 18).

Berdasarkan beberapa penyampaian tersebut dapat sedikit menarik kesimpulan bahwa dibalik citra positif organisasi ada peran besar *Public relation* dalam mewujudkan hal tersebut, karena pada dasarnya sebuah citra sendiri memang merupakan tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi yang hendak dicapai bagi dunia Humas (*Public Relation*) dalam mencapai tujuan perusahaan atau paling tidak untuk dapat bersaing dengan perusahaan atau organisasi lain (soemirat dan ardianto, 2010: 114). Hal ini diperkuat lagi, jika berkaca pada penelitian yang meneliti strategi *Public relation* yang dilakukan PT. Semen Indonesia dalam usaha menjalin

kedekatan dengan *public* media melalui kegiatan *Public relation* yang dilakukan seperti *media relation*, *personal relation*, dan *special event* berupa lomba foto jurnalistik, workshop pengembangan wartawan hingga gathering. Pelaksanaan kegiatan tersebut cukup berhasil seperti yang diutarakan (Dwi Soetjipto, 2013), Direktur Utama PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Mengatakan perubahan dari Semen Gresik menjadi Semen Indonesia cepat tersebar luas ke khalayak karena bantuan yang sangat besar dari media dan karena kedekatan media dengan perusahaan mempermudah dalam hal publikasi. Berikut ini penerapan *public relation* pada penelitian yang dilakukan oleh Puspokusumo (Binus Business Review, Vol. 2 No. 1 Mei 2011: 202-215) dengan judul “Peranan Management *Public relation* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan: Studi Kualitatif Pada *Re-Opening* Hotel Mandarin Oriental, Jakarta”, dengan hasil pada penelitian tersebut adanya peran besar divisi *public relation* yang dilakukan baik dari media ataupun secara langsung, divisi *public relation* terus melakukan kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan citra, karena pada dasarnya citra hotel tersebut sudah bagus tetapi terus dilakukan kegiatan PR, dalam upaya mempertahankan citra yang sudah baik.

Akan tetapi ternyata juga terdapat penerapan *public relation* yang justru berdampak kurang baik atau bisa dikatakan strategi yang digunakan keliru seperti melihat terhadap penelitian yang dilakukan oleh Niqmah (Commoline Departemen Komunikasi, 2013: Vol.4/No.1) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Public Relatios Kwartir Nasional Gerakan Pramuka dalam Membangun Image Organisasi Pramuka”. Dalam penelitian

ini ada temuan bahwa upaya yang dilakukan dalam membangun image pramuka dilakukan menggunakan strategi publikasi dengan cara bekerja sama media lokal dan nasional untuk menyiarkan seluruh kegiatan pramuka yang dilakukan, hal yang dilakukan tersebut memang berhasil untuk membangun loyalitas anggota akan tetapi strategi ini justru membuat image yang berkembang di publik eksternal menjadi kurang baik, karena penilaian tentang pramuka yang masih tetap kuno, tepuk-tepuk, baris berbaris dan sandi-sandi. Sehingga citra yang justru ingin dibangun dimata publik tidak berhasil.

Oleh karena itu, berkaca pada fenomena yang ada dan berdasarkan penelitian yang sebelumnya dilakukan, maka penelitian yang berjudul “**Peran Public Relation dalam Mempertahankan Citra PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis**” ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar peran PR yang dilakukan dan untuk melihat efektivitas strategi PR yang diterapkan PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga nantinya akan menjadi acuan ataupun bisa dijadikan rekomendasi untuk terus berupaya mempertahankan citra PMII di Fakultas Ekonomi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, diketahui bahwa anggota IKAMAPABA PMII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis setiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah anggota, akan tetapi ketika memasuki perjalanan muncul permasalahan hilangnya jumlah anggota secara drastis. Dari masalah tersebut dapat dirumuskan pertanyaan dibawah ini:

Bagaimanakah peran *Public relation* yang diterapkan oleh Rayon As-Shiddiq?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengeksplorasi penerapan peran *Public Relation* yang dilakukan oleh Rayon As-Shiddiq.

1.4. Manfaat Penelitian

a) Bagi peneliti

Sebagai mahasiswa melakukan penerapan tri dharma perguruan tinggi (penelitian).

b) Bagi pembaca

penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan informasi serta pengetahuan bagi pembaca pada bidang tersebut. Selain itu, juga untuk tambahan referensi dalam melakukan penelitian kualitatif yang masih kurang di FEB UTM.

c) Bagi PMII Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan antisipasi serta rekomendasi terhadap pengembangan PMII dan citra Rayon pada khususnya.