

Strategi Pengelolaan Reputasi dalam Kegiatan Humas Institut Teknologi Telkom Purwokerto di *Disruption Era*

Dian Nurdiansyah

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila

Kampus Fikom Univ Pancasila Jl. Srengseng Sawah, RT.5/RW.5, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630

Korespondensi penulis: Diannurdiansyah@univpancasila.ac.id

Abstract: *This research will discuss the public relations activities of Telkom Institute of Technology Purwokerto as a bridge of stakeholders, with one of the main activities managing, creating, interpreting the reputation of companies and institutions in the disruption era. Reputation in higher education institutions is seen as an important aspect in creating activities related to agency communication with the public and stakeholders. Public relations in the disruption era is to have the ability to manage publications digitally, develop innovative and creative public relations programmes. The research used qualitative research methods with data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The selection of qualitative methods is very appropriate, the data presented later will have a variety of colours and take a long time in finding the perspective or meaning of reputation for public relations itself. In the data validation process using triangulation techniques, one of the validation techniques often used in qualitative research. The results showed that the public relations unit on the Telkom Institute of Technology Purwokerto campus in interpreting reputation is very important and realising it must be ready to face the challenges of the disruption era through always improving in the management of digitalised information and building a good strategy through the method of preparing and evaluating each program through the POAC method (Plan, Organization, Actuating, Controlling). Each ITTP public relations programme has a role in shaping positive public opinion for the institution and is supported by the implementation of ISO 9001: 2015-based management policies and improving the quality of HR Educators.*

Keywords: *Higher Education Public Relations, Reputation, Qualitative Method, Disruption Era*

Abstrak: Dalam penelitian ini akan membahas mengenai kegiatan humas Institut Teknologi Telkom Purwokerto sebagai jembatan stakeholders, dengan salah satu kegiatan utama mengelola, menciptakan, memaknai reputasi perusahaan maupun lembaga di disruption era. Makna Reputasi di lembaga pendidikan tinggi dipandang sebagai aspek penting dalam menciptakan aktivitas yang berkaitan dengan komunikasi instansi dengan publik dan para pemangku kepentingan (stakeholder). Humas di era disruption era adalah memiliki kemampuan dalam mengelola publikasi secara digital, menyusun program kehumasan yang inovatif dan kreatif. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan metode secara kualitatif dirasa sangat tepat, data yang disajikan pada nantinya akan memiliki warna beragam dan membutuhkan waktu panjang dalam menemukan prespektif atau makna reputasi bagi humas itu sendiri. Dalam proses validasi data menggunakan teknik triangulasi, salah satu teknik validasi yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unit humas di kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam memaknai reputasi sangat penting dan merelaisiasikannya harus siap menghadapi tantangan disruption era melalui selalu meningkatkan dalam pengelolaan informasi secara digitalisasi dan pembangunan strategi yang baik melalui metode penyusunan dan evaluasi pada setiap program melalui metode POAC (Plan, Organization, Actuating, Controlling). Setiap program kehumasan ITTP memiliki peran dalam membentuk opini publik positif bagi institusi serta didukung adanya implementasi kebijakan manajemen berbasis ISO 9001:2015 dan peningkatan kualitas SDM Tenaga Pendidik

Kata kunci: Humas Perguruan Tinggi, Reputasi, Metode Kualitatif, Era Disrupsi

LATAR BELAKANG

Perguruan tinggi merupakan tempat untuk menimba ilmu dan pengetahuan. Berlandaskan pada pilar Tri dhrama perguruan tinggi setiap instansi berusaha untuk tampil menjadi yang terbaik diantara para pesaing mereka dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Adanya dari pilar tersebut disebutkan bahwa setiap perguruan tinggi, baik

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 30, 2023; Accepted Juli 30, 2023

* Dian Nurdiansyah, Diannurdiansyah@univpancasila.ac.id

negeri dan swasta di dorong untuk melakukan sejumlah peran penting, sebagaimana diatur dalam UU No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi Pasal 1, bahwa pendidikan atau pembelajaran merupakan proses interaksi mahasiswa dengan dosen sebagai sumber dalam kegiatan belajar di suatu lingkungan belajar. Penelitian merupakan aktivitas yang dilaksanakan berdasarkan pada kaidah dan metode ilmiah yang terurut digunakan untuk mendapatkan informasi, data, serta keterangan yang berkaitan dengan pemahaman akan pengujian suatu cabang Iptek. Terakhir dalam Tri dharma perguruan tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat, merupakan aktivitas sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa (Hidayat, 2023).

Proses kegiatan setiap Perguruan tinggi dalam menjalankan Tri dhrama bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) lembaga pendidikan tinggi itu sendiri, sehingga dalam rangka mencapai suatu keberhasilan di setiap lembaga pendidikan tinggi negeri maupun swasta harus memiliki strategi dan rencana secara sistematis, hal ini diupayakan dapat menjadi kegiatan yang terarah, terukur dan tepat sasaran ketika mereka berusaha untuk memajukan perkembangan lembaga agar dikenal oleh semua kalangan masyarakat di sekitar mereka maupun yang berada jauh dengan lingkungan perguruan tinggi tersebut berada akan berdampak pada pembentukan reputasi pendidikan tinggi.

Kegiatan kehumasan dalam suatu lembaga ketika akan membangun dan mengelola suatu reputasi sering terkendala oleh beberapa fenomena yang terjadi, salah satunya terletak pada strategi dalam pengelolaan reputasi lembaga itu sendiri dan masih ada faktor lainnya yang muncul di era disrupsi teknologi seperti saat ini. Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto di era disrupsi dihadapkan pada persaingan dalam mendapatkan kualitas mahasiswa yang siap untuk bersama-sama meningkatkan keberhasilan, salah satunya berperan dalam meningkatkan kemampuan dalam bidang ICT (*Information Communication and Technology*). Menumbuhkan daya tarik bagi mahasiswa baru setiap tahun. Institut Teknologi Telkom Puwokerto mengenalkan dan mengembangkan diri salah satunya dengan cara menerapkan sistem online atau e-learning dalam kegiatan belajar mengajar dilakukan oleh Dosen ketika berhalangan hadir, mendorong mahasiswa melakukan riset teknologi salah satunya adalah dengan memberikan kesempatan pada mahasiswa menciptakan teknologi berdasarkan pada kebutuhan dalam dunia industri seperti sekarang ini, salah satunya mahasiswa merancang teknologi pembangunan sistem pantau rumah jamur tiram berbasis android dan *Internet of Things*, Aplikasi pengukur kematangan pepaya berbasis android, perancangan dan implementasi sistem sampah otomatis berbasis sistem sensor (Hidayat, 2021).

Dalam penelitian, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan peran humas sebagai pengelola reputasi dalam mempertahankan reputasi lembaga dalam era disrupsi. Menganalisis hambatan humas berbasis perguruan tinggi ketika mengelola reputasi. Menganalisis strategi Humas Institut Teknologi Telkom dalam mengelola reputasi menghadapi era disrupsi.

KAJIAN PUSTAKA

Humas Perguruan Tinggi

Humas perguruan tinggi tidaklah jauh berbeda dengan Humas pada umumnya yang berada di suatu lembaga, perusahaan, maupun organisasi yang mereka sedang perjuangkan reputasinya di mata publik atau lingkungan yang berada disekitarnya. Perbedaan hanya terletak pada tempat mereka bekerja saja, tujuan dan fungsi dari humas itu tidak ada bedanya, mereka menciptakan sekaligus menggiring opini publik ke arah yang lebih baik (Ardianto, 2018:14).

Humas dalam lembaga perguruan tinggi selain menciptakan beragam opini publik yang positif untuk lembaga, juga berusaha untuk membangun dan memelihara beberapa asset yang mampu dan berguna bagi lembaga, serta humas dalam lembaga pendidikan selain melakukan pengelolaan reputasi lembaga, juga berusaha untuk menjual kredibilitas lembaga kepada publik secara internal maupun eksternal. Ini dilakukan dengan maksud untuk memperbaiki dan meningkatkan *brand* yang terbangun melalui proses yang panjang dan menggunakan beberapa tahapan (Nasution, 2006:28).

PRO (*Public Relation Officier*) atau Staff Humas selalu memperhatikan beragam pendapat yang muncul dari publik itu sendiri, mereka akan mempelajari mengenai fakta – fakta yang sedang dibutuhkan oleh publik secara internal maupun eksternal dalam suatu lembaga, ini bermaksud agar rencana strategis humas dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya suatu hambatan, karena ketika terjadinya atau adanya hambatan akan berpengaruh pada kredibilitas lembaga dan akan berpengaruh langsung pada reputasi lembaga perguruan tinggi yang berimbas pada penurunan minat para calon mahasiswa dan orangtua mahasiswa yang akan masuk dan bergabung dalam perguruan tinggi tersebut, karena adanya sasaran program yang dilaksanakan dengan membentuk strategi efektif sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan hasil dari keputusan pimpinan dalam lembaga (Kasali, 2003:11).

Reputasi

Kegiatan Humas dalam suatu organisasi, lembaga, perusahaan akan selalu berdampak pada keberlangsungan mereka sebagai salah satu pemeran penting dari intansi yang mereka berada pada waktu itu.

Urgensi dari peran Humas selalu berdampak pada terciptanya *image/citra* yang positif bagi suatu lembaga maupun perusahaan. Muncul suatu *brand* dan citra akan memperlihatkan reputasi yang baik bagi organisasi maupun lembaga itu sendiri.

Fombrun (1996:69), memiliki cara pandang dalam mendefinisikan reputasi, dia mengatakan :

The Reputation that constituents ascribe to a company's credibility, realibility, responsibility, and trustworthiness. A corporate reputation is a perceptual representation pany past action and future prospects that describes the firm's overall appeal to all of its key constituents when compares with other leading rivals.

Fombrun melihat konsep dari reputasi selalu menjelaskan dan bertujuan untuk membangun suatu kredibilitas, realibilitas, rasa tanggung jawab, membangun kepercayaan pada suatu perusahaan, lembaga, maupun organisasi. Tidak adanya rasa kepercayaan niscaya tidak akan membentuk suatu rasa memiliki dan kerjasama yang baik. Frombrun mengatakan, reputasi adalah representasi yang selalu berkaitan dengan perseptual publik yang melihat dari tindakan – tindakan yang telah dilakukan maupun akan dilakukan di masa yang akan mendatang. Dimana setiap langkah akan berdampak pada prospek atau persepsi publik terhadap perusahaan atau instansi. Karena utamanya reputasi akan menggambarkan mengenai daya tarik keseluruhan perusahaan, instansi, maupun organisasi yang langsung dinilai oleh sasaran publik mereka sendiri, ini bisa digunakan dalam membandingkan dengan para pesaing utama instansi maupun perusahaan.

Secara lumrah reputasi selalu dikaitkan langsung dengan pekerjaan dari Humas. Humas sebagai bagian dari instansi akan di dorong pada pembentukan dan pengelolaan reputasi secara positif, sehingga dapat menjadi benefit bagi instansi tempat mereka bekerja.

Davies (dalam Ardianto, 2011:68) menjelaskan, reputasi ternyata memiliki elemen – elemen yang harus dicermati, terutama mereka yang berada dan berposisi sebagai Humas dari sebuah instansi maupun perusahaan. Elemen terpenting dalam reputasi adalah adanya pandangan - pandangan dari dua pemegang saham utama, yaitu : antara pemegang saham instansi, perusahaan dengan saham dari publik. Reputasi adalah identitas yang seringkali digunakan untuk mengacu pada adanya logo, rancangan bangunan, warna, sehingga akan membentuk identitas visual dari instansi atau perusahaan.

Era Disrupsi

Gardiner (2017:2) menjelaskan keberadaan disrupsi yang terjadi saat ini membawa pengaruh yang sangat besar dalam segala aspek, salah satunya dalam pendidikan tinggi.

Era disrupsi adalah era perubahan yang didasarkan sebagaimana telah terjadi pada berbagai industri seperti musik, surat menyurat, dalam media cetak, teknologi, dan transportasi publik.

Skog (2018:3) menjelaskan, era disrupsi berdampak pada peningkatan semua aspek, utamanya dalam peningkatan mutu teknologi. Hampir semua lembaga meningkatkan kualitas dan kuantitas memperbaiki sistem yang disesuaikan dengan kebutuhan saat ini.

Khasali (2017:162) menjelaskan era disrupsi adalah suatu proses yang tidak terjadi secara seketika dengan begitu saja, akan tetapi seringkali ditandai dengan ide, riset/penelitian, kemudian masuk pada pembentukan beserta adanya unsur pengembangan. Persaingan yang terjadi dalam pendidikan tinggi di era disrupsi adalah mereka siap menerima proses perubahan dan bersaing dengan para kompetitor, baik di level nasional maupun internasional.

Flavin (2015:127) menyebutkan era disrupsi memiliki implikasi untuk penilaian dalam pendidikan tinggi, ini bisa digambarkan dalam situasi ketika mahasiswa mengakses materi untuk belajar melalui teknologi (ICT) era disrupsi lebih diminati oleh mahasiswa daripada menggunakan bahan bacaan yang disediakan secara fisik (berbentuk catatan) ketika mengikuti perkuliahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan metodologi kualitatif dengan tipe riset atau jenis penelitian secara deskriptif kualitatif, dimana dalam prosesnya akan menjelaskan mengenai fenomena – fenomena diulas kembali sedalam – dalamnya. Fenomena yang dijelaskan tersebut dapat dijelaskan karena adanya data yang dikumpulkan dari lapangan. Artinya metode secara kualitatif mengharuskan peneliti untuk melibatkan diri di lapangan guna mencari data.

Bungin (2008:104), mengatakan pendekatan secara kualitatif peneliti akan menemukan adanya : Intensifitas, ini menggambarkan bahwa peneliti dituntut untuk selalu berpartisipasi aktif dengan jangka waktu yang relatif lama, sehingga peneliti merupakan bagian inti dari sebuah penelitian. *Tidak ada realitas yang satu*, artinya peneliti berusaha untuk menciptakan kombinasi yang unik terhadap suatu realitas yang ada di lapangan. Suatu realitas memiliki daya tarik bagi para peneliti, mereka menganggap realitas tersebut bersifat dinamis, karena mampu menciptakan produk atau keadaan yang dapat membangun moral dan perilaku sosial yang ada dalam benak diri seorang peneliti. Metode riset dalam penelitian menggunakan riset secara observasi dan wawancara mendalam dengan narasumber atau informan. Peneliti berkiblat pada metode – metode yang ada dalam kaidah pendekatan secara kualitatif.

Orang memandang bahwa individu maupun kelompok akan mudah dipahami karena mereka berbaur dengan kehidupan sosialnya. Metode pendekatan secara kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah langkah tepat bagi peneliti dalam mencari kebenaran dan jawaban yang telah disusun dalam rumusan masalah.

Berkaitan dengan analisis data, bahwasanya peneliti mengambil salah satu model analisis yang ada dalam penelitian secara kualitatif. Model yang akan digunakan dalam menganalisis data adalah dengan model interaktif dari Huberman dan Miles (2014:14).

Dalam pandangannya mereka membagi model interaktif ini menjadi tiga bagian, terdiri dari :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data ini berlangsung secara berkesinambungan selama proses pengerjaan penelitian kualitatif ini berlangsung. Dengan kata lain reduksi data merupakan jenis analisis yang menajamkan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu sehingga kesimpulan akhirnya bisa di ambil dan di verifikasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan penyajian sekumpulan data dan informasi yang disusun oleh peneliti yang kemudian dimungkinkan untuk penarikan kesimpulan ataupun pengambilan tindakan. Kemudian data yang telah di bagi - bagi berdasarkan kelompok tersebut dituangkan kedalam bentuk narasi secara lengkap dan detail agar setiap data tidak melenceng dari permasalahan, hal ini dapat membantu peneliti dalam proses penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Penarikan kesimpulan (Verifikasi) adalah kegiatan mencari arti data, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proporsi ketiganya saling berkaitan dalam sebuah siklus. Peneliti bergerak diantara ketiga komponen tersebut, hal ini dimaksudkan untuk memahami dan mendapatkan pengertian yang mendalam, komperhensif dan rinci.

Sedangkan untuk memvalidasi data, peneliti menggunakan validitas data secara triangulasi sumber, dimana ada beberapa data yang akan dileburkan menjadi satu agar ada kesinambungan antara prespektif peneliti dengan data yang didapatkan di lapangan. Menilik dari pendapat pakar penelitian kualitatif Patton (dalam Moleong, 2015:330) memberikan suatu penjelasan bahwa triangulasi sumber dalam penelitian kualitatif berarti

mengecek dan membandingkan kembali drajat kepercayaan dari suatu informasi yang di peroleh melalui alat dan waktu yang berbeda dalam metode kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya humas dalam suatu lembaga atau organisasi memiliki peranan dan kontribusi dalam membentuk serta mengelola reputasi. Lembaga yang memiliki reputasi sangat erat kaitannya dengan peran dari publik mereka sendiri, yang dibagi menjadi publik internal dan eksternal. Publik internal kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto terdiri dari : mahasiswa, karyawan, dosen, sedangkan publik eksternal meliputi : peran dari *stakeholder*, mitra, dan masyarakat umum.

1. Kegiatan Humas Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Aktivitas Humas di kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto berdasarkan pada data wawancara bersama Rektor, bahwa kegiatan kehumasan yang ada di kampus ITTP sudah berjalan. Program – program kegiatan yang dilakukan secara internal dan eksternal diterapkan oleh unit humas dan kerjasama kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

Terbangun kepercayaan dari masyarakat di era disrupsi seperti sekarang ini begitu sangatlah berharga. Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto membuktikan diri dengan peningkatan riset teknologi yang disesuaikan berdasarkan pada kebutuhan dari industri 4.0. Beberapa program strategis diterapkan untuk mendorong mahasiswa dan dosen, salah satunya dengan menciptakan inovasi teknologi. Unit Humas berperan dalam mempublikasi setiap kegiatan untuk disampaikan ke publik melalui media saluran komunikasi.

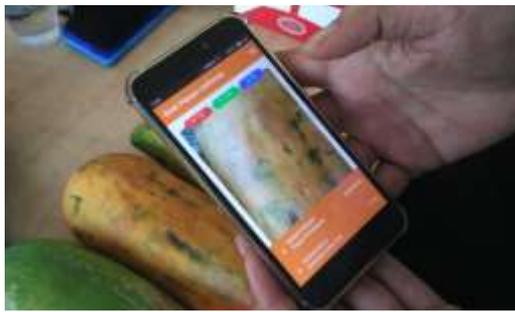
Gilchrist (2016:200) berpendapat bahwa industri 4.0 *“A framework for Industry 4.0 depends on 1) the digitization and integration of the horizontal and vertical valuechains. 2) The digitization of products and services and 3) the introduction of innovated business models.”*

Tantangan Humas berdasarkan pada pendapat Gilchrist (2016), yang dimaksud dengan industri 4.0 adalah bagaimana mengubah tujuan utama lembaga bisa mengintegrasikan proses digitalisasi secara horizontal dan bertikal dalam era disrupsi. Kondisi seperti ini akan datang dengan begitu mudah, karena adanya pemanfaatan teknologi yang semakin hari semakin meningkat atau mengalami banyak pembaharuan, baik dalam sistemnya maupun tampilan teknologi itu sendiri.

Davis dalam bukunya *Everything You Should Know About Public Relations* (2003:9) memberikan suatu pemahaman bahwa humas memiliki peran dan sikap untuk melakukan : *Research (Penelitian)*, proses dimana humas berperan untuk menghimpun data dan melakukan pengkajian terhadap beberapa fakta yang berkaitan dengan lembaga, semakin

besar lembaga maka semakin banyak data yang bisa untuk dicari dan semakin banyak fakta yang harus dipelajari. *Planning (Perencanaan)* proses humas berperan untuk menghimpun semua masalah dan menghubungkannya dengan aspek satu dengan aspek lainnya berdasarkan pada data dan fakta yang sudah didapatkan. *Communicating (Pelaksanaan atau penggiatan)* proses pelaksanaan kegiatan secara aktif berdasarkan rencana yang telah disusun. Tugas – tugas tersebut tidak harus dilaksanakan satu – persatu berurutan, akan tetapi tugas humas kadang – kadang harus dilaksanakan secara serentak.

Persaingan pendidikan tinggi khususnya pada era disrupsi melahirkan beragam pendidikan yang diperlihatkan dari segi fasilitas yang dimiliki oleh kampus. Kurikulum yang ditawarkan oleh lembaga, serta kemampuan dan kualitas dari sumber daya manusia (SDM) tenaga pengajar (Dosen) yang ada di Prodi (Program Studi) atau hombase mereka melakukan aktivitas mengajar.



Sumber : Dokumen Penelitian

Gambar 1. Aplikasi Pengukur Kematangan PAPAYA

Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto memosisikan diri sebagai salah satu kampus yang memiliki ciri khas tersendiri. Ditunjukkan dengan sebagian besar Program Studi (Prodi) yang ada disesuaikan dengan visi dan misi lembaga, dengan setiap prodi memiliki kurikulum pengajaran berlatarbelakang pemanfaatan teknologi ICT (*Information, Communication, and Technology*), serta telekomunikasi yang dibutuhkan dalam pemenuhan SDM sesuai dengan kebutuhan setiap perusahaan atau industri pada era revolusi industri 4.0.

Memiliki reputasi baik di mata publik internal maupun eksternal telah menjadikan tujuan utama di setiap lembaga. Menjaga dan mengelola reputasi perlu didukung dengan program – program lembaga yang strategis dan memiliki keunikan dibandingkan para pesaing lembaga itu sendiri dengan memanfaatkan digitalisasi informasi, serta Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto (ITTP) memperkuat diri dengan adanya penggunaan ISO 9001:2015 *management of higher education*. Artinya kualitas yang dimiliki oleh kampus disesuaikan dengan standar mutu yang diatur dalam ISO dan kebutuhan di dunia industri pada saat ini. ISO 9001:2015 adalah sistem penjaminan mutu yang menjamin bahwa dalam proses pengelolaan lembaga pendidikan tinggi sudah berjalan secara terstandarisasi, sehingga mampu

menghasilkan suatu keunggulan – keunggulan di setiap produk berupa program studi dengan kualitas yang konsisten. Prodi tersebut haruslah disesuaikan dengan berbagai tuntutan baru yang muncul dari masyarakat (publik) serta tuntutan dari lembaga untuk terus bersaing dengan perguruan tinggi lainnya (Antaresti, 2017:2).

Setidaknya ada 10 klausul penerapan dalam ISO 9001:2015 yang digunakan oleh kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto (Manual Mutu:2019), yaitu (1) Pendahuluan, (2) Ruang Lingkup, (3) Istilah dan Definisi, (4) Konteks Organisasi, (5) Kepemimpinan, (6) Perencanaan, (7) Dukungan, (8) Operasi, (9) Evaluasi Kinerja, (10) Peningkatan. Salah satu aspek yang ada pada manajemen mutu adalah perencanaan yang mencakup perencanaan manajerial dan operasional. Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan, dan memelihara sistem manajemen mutu. Dalam kebijakan mutu, kampus IT Telkom Purwokerto berkomitmen untuk terus memperbaiki efektifitas sistemnya yang didasarkan pada ISO 9001:2015. Tindakan secara nyata dituangkan dalam pembuatan dokumen Prosedur Sistem Mutu (PSM) atau dalam istilah lainnya disebut Standar Operasional Prosedur (SOP). Dalam PSM tersebut terdiri dari teks, table, flow charts dan metode lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi.

Selain dari penggunaan ISO 9001:2015 kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto melakukan beragam inovasi baik mahasiswa maupun dosen yang diwujudkan oleh tri dhrama perguruan tinggi. Bidang pengabdian masyarakat menjadi salah satu indikator penting bagi dosen, termasuk menjaga reputasi lembaga kampus di mata masyarakat dan *stakeholder* pada era disrupsi sekarang ini.



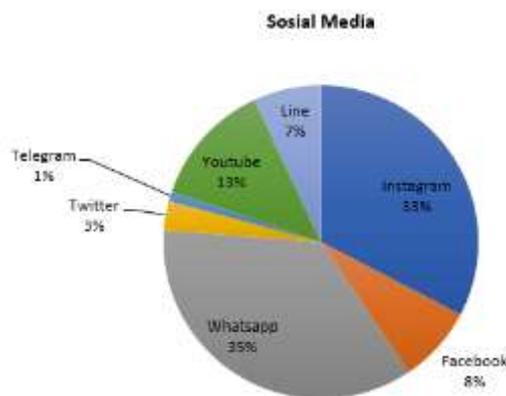
Sumber : Dokumen Penelitian

Gambar 2. Pengenalan Jaringan Komputer dan Admisi Website bersama Korem 071/Wijayakusuma

Kegiatan pengabdian masyarakat bersama Korem 071 Wijayakusuma merupakan bentuk dari komitmen dan kerjasama institusi dalam mewujudkan visi-misi. Beberapa pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan selama ini adalah salah satunya adalah melakukan *workshop* atau pelatihan mengenai instalansi jaringan dan *maintenance* jaringan, para peserta yang berasal dari Korem diberikan edukasi dan dilakukan praktek langsung.

Dimana dalam *workshop* ini mengandalkan dan melibatkan dosen, mahasiswa sebagai pendamping peserta. Kegiatan tersebut bagian dari kegiatan eksternal yang dilakukan oleh kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto untuk mempertahankan eksistensinya dalam citranya sebagai kampus digital di mata publik. Humas lewat media internet (Eisyah,2016:11), memiliki peran yang lebih besar dan luas dibandingkan peran humas di dunia fisik, melalui peran dari media internet fungsi humas bisa dengan mudah mengkoneksikan dengan media sudah bermitra maupun belum bermitra.

Era disrupsi menjadi kunci dari pergeseran pemanfaatan media, dari trend media lama (*offline*) menuju trend media sosial (medsos) yang saat ini menjadi konsumsi masyarakat di kehidupan sehari – hari. Media *online* dilihat dari grafik diatas 46% informasi tentang kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto publik mendapatkannya melalui medsos, dan 38% lagi informasi didapatkan melalui akses *website* kampus.



Sumber : Data Olahan Peneliti
Gambar 3. Sebaran Pengguna Sosial Media dari Segala Platform

Media sosial yang digunakan kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto terdiri dari *Instagram, Whatsapp, Youtube, Twitter, Telegram, Line, dan Facebook*. Media sosial tersebut digunakan berdasarkan pada penggunaan publik yang pada saat ini didominasi generasi millennial. Dari grafik penggunaan media sosial diatas, whatsapp dan instagram menjadi media yang memiliki persentase paling banyak digunakan publik untuk mendapatkan informasi di era disrupsi. Proses digitalisasi informasi menjadi hal yang sangat penting dilakukan oleh unit Humas Perguruan Tinggi ditengah hadirnya era disrupsi seperti sekarang ini. Publik yang cenderung menggunakan media sosial sebagai salah satu media mendapatkan informasi, sosok humas harus terus memberikan informasi melalui media berbasis online, khususnya menyebarkan informasi melalui instagram dan website.

Selain meningkatkan konten informasi secara digitalisasi. Adanya proses sinergi bersama membangun keterbukaan informasi publik dengan Dosen maupun sivitas akademika.

Humas Perguruan Tinggi bersama Dosen maupun mahasiswa melakukan publikasi penelitian yang sudah dilakukan dan diimplementasikan secara nyata.

Dalam Teori Humas Grunig (2005:24), Humas adalah bagian dari persuasif dan manipulatif, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan benefit bagi organisasi maupun perusahaan. *“I then suggest an alternative set of presuppositions that I believe will produce a theory of public relations that helps organizations be more effective.* Humas memiliki peran untuk membantu organisasi yang efektif dalam memahami publik maupun *stakeholders*.

Adanya sinergitas Humas dengan dosen kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto melalui publikasi penelitian dan pengabdian masyarakat memberikan dan menaikkan tingkat kepercayaan masyarakat karena dengan adanya publikasi secara online (*website* dan media sosial) menunjukkan bahwa sumber daya manusia kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto memiliki keunggulan, pemahaman dalam bidang ICT, dan mampu memberikan kontribusi setidaknya menunjukkan hasil dari kewajiban menjalankan tri dharma perguruan tinggi yang salah satu kewajiban mereka mengembangkan diri dengan memberikan edukasi kepada masyarakat sekitar dan para *stakeholders*.

2. Strategi dalam Pengelolaan Reputasi

Strategi – strategi dalam mengelola reputasi memerlukan waktu yang sangat panjang. Penerapan strategi yang sudah dilakukan akan efektif jika di dorong dan didukung oleh semua elemen internalnya itu sendiri (Karnaukhova,2016:373). Persepsi dan kepercayaan dari publik sangatlah penting. Baik dan buruk persepsi dari publik akan mempengaruhi kepercayaan mereka berkenaan dengan kampus menjadi salah satu bagian dari kunci keberhasilan aktivitas kehumasan dalam mengelola dan menjaga reputasi yang sudah dibangun sebelumnya serta dimiliki oleh kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

Melakukan kegiatan kehumasan dalam suatu lembaga khususnya pendidikan tinggi kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto tidak akan bekerja secara maksimal jika peran dan fungsinya tidak di dukung oleh unit lainnya. Unit lain yang memiliki peran dalam membantu kegiatan kehumasan dalam mengelola reputasi lembaga adalah unit kerjasama. Perusahaan dalam bidang industri (*Stakeholder*), NGO (*Non Government Organization*) atau LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), Lingkungan sekitar (Masyarakat), perguruan tinggi (dalam negeri maupun luar negeri) memiliki pengaruh dalam membangun reputasi yang dimiliki oleh kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto di era disrupsi sekarang ini. Burning (2001:343), berpandangan bahwa kegiatan kehumasan perlu campur tangan dari pimpinan tertinggi dari institusi, menurut dia hal yang dapat membangun relasi yang baik adalah dengan memahami mengenai pendekatan secara rasional, karena dalam

pendekatan rasional menghubungkan antar pikiran, pendapat, sehingga mempermudah dalam melakukan evaluasi karena saling memahami terlebih dahulu.

Humas dilihat dari perannya memiliki kemampuan dalam membangun citra atau image lembaga yang diwujudkan dengan terbentuknya reputasi lembaga, artinya baik buruknya sebuah organisasi berdampak pada seberapa besar peran humas dalam membangun opini publik dan kepercayaan publik terhadap kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto (dalam Utami, 2013:22).

Strategi – strategi yang dilakukan kehumasan kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam mengelola reputasi akan melibatkan banyak unit dan pastinya perlu dukungan sehingga strategi tersebut berjalan dengan baik dan tidak ada hambatan yang dihadapi ketika menjalankan perannya sebagai komunikator untuk publik internal maupun eksternal. Efektifitas kegiatan kehumasan di era disrupsi dihadapkan pada pesatnya perkembangan teknologi informasi ditandai dengan semakin cepatnya informasi yang diterima oleh publik. Humas di era disrupsi adalah humas yang multitalent, digital PR (*Public Relations*) bagian dari salah satu strategi dengan konten marketing berkaitan langsung dengan sosial media sebagai saluran sekaligus menjadi audiensnya (Nugraha,2019:234).

Hambatan – hambatan yang dihadapi unit kehumasan dalam aktivitas kehumasan Institut Teknologi Telkom Purwokerto berdasarkan pada hasil penelitian terdapat sistem yang belum diintegrasikan dan dioptimalkan secara baik oleh unit kehumasan, seperti program kehumasan berkaitan dengan publikasi riset dosen dan mahasiswa di era industri 4.0 belum maksimal.

Oemi Abdurrachman (dalam Hari, 2013:13) menjelaskan beberapa kemungkinan humas mengalami hambatan dalam menjalankan strateginya dipengaruhi oleh faktor motivasi, faktor prasangka, faktor semantik, dan *noise factor*. Munculnya Hoax dan *hate speech* dari publik terhadap lembaga merupakan bentuk hambatan yang dihadapi humas pada era disrupsi.

Satu kesalahan dalam membangun dan menyampaikan informasi kepada publik, ditandai dengan ketidakpuasan publik terhadap lembaga memiliki pengaruh terhadap reputasi yang dimiliki oleh institusi yang telah lama dibangun dan dikelola. Peran Humas sangat penting dan akan memosisikan diri sebagai *problem solver* institusi. Artinya humas memiliki peran dalam menolong institusi dalam memecahkan persoalan yang sedang dihadapi, menjadi bagian dari kebijakan institusi dan melakukan perencanaan strategis, sehingga memberikan solusi terhadap suatu masalah. Peran Humas di Institut Teknologi Telkom Puwokerto berdasarkan pada hasil penelitian atau temuan peneliti di lapangan, belum

optimal dalam menjalankan program. Melalui observasi peneliti di lapangan, salah satu faktor belum optimalnya menjalankan program adalah kurangnya koordinasi dan masih menempatkan peran serta tugas Humas sebagai pelaksana teknis, belum sampai pada fasilitator untuk organisasi.

Reputasi adalah bagian penting institusi, reputasi berkaitan langsung dengan persepsi, bagaimana persepsi mempengaruhi tingkat kekaguman, perasaan-perasaan positif, dan kepercayaan atau keyakinan yang dimiliki seorang individu terhadap orang lain, organisasi, industri, termasuk lembaga pemerintah (Naryoso,2019:65). Perlu strategi yang tepat dalam mengelola dan mempertahankan reputasi yang sudah dicapai oleh kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam mempertahankan diri memiliki reputasi sebagai salah satu kampus yang memiliki keunggulan dalam bidang Telematika (Telekomunikasi dan Informatika) dan bagian dari perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) Telkom Indonesia. Perusahaan yang telah lama dikenal oleh masyarakat nusantara karena keunggulannya dalam pengembangan teknologi Telematika. Mitnick dan Mahon (dalam Wibowo,2009:62), reputasi merupakan persepsi yang muncul dari individu/publik/organisasi disebabkan dari kinerja maupun kualitas, sehingga pengelolaan reputasi di era disrupsi adalah tantangan.

Hoffman (2015:13), menjelaskan dalam pembangunan reputasi yang kokoh dapat dilakukan dengan melakukan pembangunan pondasi dari aspek internal, dimana lembaga harus bersikap professional dalam memberikan pelayanan kepada publik dan *stakeholder*, dilakukan secara terus menerus agar mereka tidak memiliki prasangka negatif terhadap lembaga.

Pengelolaan reputasi di kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto di era disrupsi memang memiliki beberapa gejala yang mengharuskan beragam kampus, baik itu perguruan tinggi swasta maupun perguruan tinggi negeri perlahan akan dituntut untuk melakukan perubahan, khususnya dalam pemanfaatan media, terlebih media online seperti Instagram saat ini menjadi trend bagi generasi millennial maupun bukan dari generasi millennial memanfaatkannya sebagai sarana dalam mendapatkan informasi secara cepat.

Keberadaan dari media sosial yang masuk dalam bagian dari ciri khas kampus ITTP sebagai digital campus, menjadi penting untuk terus diperhatikan. Terlebih ketika reputasi kampus ITTP dikenal sebagai kampusnya Telkom dan *Digital Campus* harus terus berupaya mempertahankan, dan menjaga tanggung jawab terhadap publik, baik publik secara internal maupun eksternal. Fiedler (2016:3) memiliki pandangan reputasi memiliki pengaruh dalam memosisikan akhir institusi, perlu untuk dilakukan evaluasi salah satunya terhadap citra institusi, karena reputasi dengan citra, persepsi publik selalu beriringan satu sama lainnya.

Proses publikasi dapat dilakukan secara terus menerus untuk menumbuhkan persepsi positif bagi kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto di Era disrupsi.

Melewar (2018:142) melihat peran humas dalam peranannya membangun dan mengelola reputasi diharapkan bisa untuk terus mengembangkan diri sebagai seorang humas modern yang mampu menyusun program kehumasan yang diterima dengan baik oleh publik. Eisyah (2016:4) strategi yang diterapkan seorang humas dalam suatu instansi di era modern dituntut untuk memiliki kemampuan yang inovatif, kreatif dalam menggali ide – ide, dan didorong dengan dukungan dari pimpinan lembaga melalui perintah.

Berdasarkan pada hasil identifikasi dan proses observasi peneliti bahwa strategi kehumasan yang dapat diterapkan di kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam kegiatannya bisa dengan cara meningkatkan pelayanan informasi dengan membuat media komunikasi lembaga berbasis website dan media sosial (Instagram, facebook, twitter), dengan konten – konten yang disesuaikan dengan trend perkembangan ICT yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Wujudnya bisa dengan meningkatnya pemberitaan yang berasal dari digitalisasi informasi dan *digital marketing*. Informasi merupakan asset strategis bagi sebuah institusi perguruan tinggi dalam pengembangan kapasitas kelembagaannya dalam meningkatkan kualitas dari pelayanan institusi kepada publik (Widjanarko,2016:21). Sehingga perlu dukungan dan sinergitas tinggi antar unit guna bersama – sama dalam membangun dan mengelola reputasi lembaga dengan rasa kepemilikan instansi untuk diri mereka sendiri.

Burning (2004:437) dalam pandangannya mengenai instansi menyarankan untuk selalu menjaga proses komunikasi dan selalu memperhatikan konten dan pesan motivasi, rasional ketika berinteraksi dengan publik internal maupun eksternal. Integarasi sistem kebersamaan dalam suatu instansi dapat mendorong sistem kerja unit humas dalam perannya membangun dan mengelola reputasi institusi melalui publikasi dan penyebaran informasi pada publik di era disrupsi yang dilakukan secara digital.

Informasi digital di era disrupsi saat ini sangat cepat, karena hampir semua masyarakat menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka mendapatkan informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Era Disrupsi memberikan efek perubahan dalam proses penyebaran informasi yaitu informasi dikelola secara digital. Hambatan – hambatan dalam pengelolaan reputasi yang dilakukan unit Humas kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto di era disrupsi muncul di sektor kebijakan yang masih menempatkan unit Humas sebagai pelaksana teknis dari

lembaga. Sumber Daya Manusia (SDM) atau jumlah staff Humas yang masih minim dan belum di dukung dengan sarana dan prasarana kehumasan, sehingga mengurangi performa unit Humas, khususnya dalam kegiatan pengelolaan dan membangun reputasi lembaga.

Strategi – strategi yang diterapkan dan dijalankan unit Humas kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto dalam mengelola reputasi di era disrupsi belum optimal dan masih terus dikembangkan. Teknologi digital menjadi salah satu media efektif dan mulai diterapkan sebagai bagian penting unit humas dalam membuat opini melalui penyampaian informasi – informasi menghadapi tantangan di era disrupsi.

Era disrupsi menjadi tantangan yang harus dihadapi dan tidak dapat dihindarkan dengan begitu saja, terutama di bidang pendidikan tinggi, lembaga pendidikan tinggi swasta maupun negeri tetap melakukan inovasi dalam penyusunan program yang efektif bagi lembaga, seperti membuat program mengenai perancangan sistem layanan publik secara cepat dan pintar menggunakan implementasi teknologi disesuaikan dengan kebutuhan industry 4.0, aktif dalam bermedia sosial, menjaga kepercayaan dari publik dan stakeholder.

Tumbuhnya dan pesatnya perkembangan pada kehumasan di lembaga perguruan tinggi, maka semakin dibutuhkan pengelola humas yang profesional untuk menghadapi tantangan yang ada seperti hadirnya Era Disrupsi, sehingga perlu kiranya ada perhatian dari berbagai pihak terhadap perkembangan Ilmu Humas di perguruan tinggi swasta maupun negeri, khususnya dari pihak akademisi. Karena dengan pemahaman seperti itu akan meningkatkan pemahaman dasar tentang ilmu komunikasi dan kehumasan yang dimiliki oleh pengelola kehumasan di setiap lembaga, khususnya di Kampus Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Hal ini dilakukan untuk upaya menjaga dan meningkatkan kualitas kegiatan-kegiatan kehumasan yang dilakukan masih berada dalam koridor ilmu dan praktek public relations, bukan berdasarkan pada intuisi maupun pengamatan yang sepintas.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Antaresti, A. 2017. Integrasi ISO 9001: 2015 Dan Standar Akreditasi BAN-PT Untuk Meningkatkan Daya Saing Institusi Pendidikan Tinggi Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *VOCATIO: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi dan Sekretari*, 1(1), 1-10.
- Bruning D. S.(2004). Building Relationship Between Organizations and Public: Examining The Linkage Between Organizations-Public Relationship, Evaluations of Satisfication, and Behavioral Intent. *Communication Studies Arts & Humanities Database* 55 (1), 435. <http://infotrac.galegroup.com>.
- Eisyah, N. (2010). Strategi Humas Universitas Sultan Agung Tirtayasa. *Jurnal Riset Komunikasi*. 1(2). <http://garuda.ristekdikti.go.id>.

- Fiedler, L and Manfred K. (2007). The Role Concept in Corporate Branding and Stakeholder Management Reconsidered: Are Stakeholder Groups Really Different?. *Corporate Reputation Review*, 10(3). <http://search.proquest.com>.
- Hari K.I. (2013). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). *Jupe UNS*, 1(2), Hal 1-15. <http://search.ebscohost.com>.
- Hidayat, N. (2021). Literasi Digital dan Bela Negara: Sebuah Upaya Untuk Mencegah Hoax dalam Sistem Pertahanan Negara. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 32-41.
- Hidayat, N. (2023). Media Sosial sebagai Social Engineering untuk Membentuk Mindset Masyarakat dalam Penyelamatan Lingkungan Hidup. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 954-965
- Karnaukhova A. Natalya, and Ekaterina V. Polyanskaya. "Communication and Reputation as Essentials for The Positioning of an Organizations". *AI & Soc* Vol.31:371-379, 2016.
- Melewar, T.C, and Karra, B. (2006). The Role of Communication and Visual Identity in Modern Organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), 138-147. <http://emeraldinsight.com>.
- Wibowo, A. I. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Bina Ekonomi*, 13(2), 59-74.
- Widjanarko, Wisnu. (2016). Situs Web Sebagai Media Komunikasi Publik di Perguruan Tinggi (Studi Pada Situs Web Universitas Jenderal Soedirman). *Seminar Nasional Komunikasi Bandar Lampung: Prosiding Akselerasi Pembangunan Masyarakat Lokal Melalui Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 1(1). <http://jurnal.fisip.unila.ac.id>.

Buku Teks

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Davis, A. (2003). *Everything You Should Know About Public Relations : Panduan Lengkap Tentang PR*. Jakarta : Gramedia.
- Flavin, M. (2017). *Disruptive Technology Enhanced Learning*. United Kingdom : Macmillan Publisher.
- Fombrun, C.J. (1996) *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press, Harvard.
- Gardiner, Mayling Oey. (2017). *Era Disrupsi: Peluang dan Tantangan Pendidikan Tinggi Indonesia: Rekomendasi: Berhenti Menyangkal: Kerjakan Perubahan*. Jakarta: AIPI.
- Gilchrist, Alasdair. (2016). *Industry 4.0: The Industrial Internet of Things*. Thailand: Apress.
- Grunig, J. E, and Todd H. (2005). *Situational Theory of Publics*. London : Sage Publication.
- Hoffman, Christian, dan Lisa Weithaler. (2015). *Building Brand Reputation in the Digital Age: Identifying effective brand communication to win the moment of truth online*. Lund University School of Economics and Management.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, R. (2017). *Disruption: Tak Ada yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Miles, M.B, Huberman A.M, dan Saldana J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook Edition 3:Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi*. Jakarta:UI-Press.
- Moleong, J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Naryoso, A. (2019). *Netralkah Polisi dalam Pilpres dan Bagaimana Reoutasi dipertahankan*. Yogyakarta : Buku Litera.
- Nasution, Z. (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang : UMM Press.
- Nugraha, A.R. (2019). *Strategi Humas Pemerintahan di Era Digital*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Skog A.D, Henrik W, and Johan S. (2018). *Digital Disruption*. London: Springer.
- Utami D.F. (2013). *Publik Speaking : Kunci Sukses Bicara di Depan Publik : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.