

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perguruan tinggi yang ada di Indonesia pada tahun 2019 terus mengalami peningkatan. Menurut Direktorat Jendral Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (RISTEKDIKTI), saat ini Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Indonesia tercatat sebanyak 372 PTN. Sedangkan untuk Perguruan Tinggi Swasta (PTS) mencapai 3940 PTS<sup>1</sup>. Di Sumatera Barat sendiri, tercatat sebanyak 56 PTS yang terdiri dari 6 Universitas, 2 Institut, 22 Sekolah Tinggi, 2 Politeknik dan 24 Akademik<sup>2</sup>. Keberadaan perguruan tinggi ini tentu saja salah satunya dilatarbelakangi oleh masyarakat yang sudah mulai menyadari pentingnya memperoleh pengetahuan di jenjang perguruan tinggi.

Akibat banyaknya jumlah PTS yang ada saat ini, membuat persaingan antar PTS semakin ketat. Tidak hanya bersaing dengan sesama, PTS juga harus bersaing dengan PTN semenjak diberlakukannya Undang-Undang No 58 yang disahkan pada tanggal 13 Juli 2013, mengenai otonomi perguruan tinggi negeri di Indonesia (Aprinta, 2014:2).

Peraturan pemerintah melalui undang-undang ini menyebutkan bahwa, terjadinya perubahan status dari PTN menjadi Badan Hukum (PTNBH) sehingga setiap PTN yang telah mengalami perubahan status, mampu meningkatkan kualitas institusi ataupun sumber daya. PTNBH memiliki otonomi untuk mengatur biaya pendidikan sendiri, mendirikan badan usaha, mengembangkan dana abadi, pengelolaan organisasi dan penerimaan mahasiswa baru serta wewenang untuk membuka, menyelenggarakan dan menutup program studi<sup>3</sup>. Artinya dengan perubahan status dan pemberian kewenangan tersebut, bukan tidak mungkin PTN yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk membuka program studi baru dan membuka jalur penerimaan mahasiswa secara non reguler, sehingga para calon pendaftar

---

<sup>1</sup> URL: [www.kelembagaan.ristekdikti.go.id/](http://www.kelembagaan.ristekdikti.go.id/) (diakses pada 28 Februari 2019, pukul 04.52 wib)

<sup>2</sup> URL: <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/kopertis-wilayah-x-sumatera-barat-riau-jambi-kepulauan-riau/> (diakses pada 28 Februari 2019, pukul 04.53 wib)

memiliki peluang yang cukup besar untuk diterima di PTN (Sulistyaningtyas, 2007:132).

Di Sumatera Barat sendiri, meski PTN yang ada masih berstatus PTNBLU (Badan Layanan Umum) dan belum berstatus PTNBH dan sedang menuju kesana, PTN tersebut dapat melakukan proses seleksi penerimaan calon mahasiswa baru melalui tiga jalur. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi no 60 tahun 2018 pasal 3 ayat 3 yang menegaskan bahwa, PTN dapat melakukan seleksi penerimaan mahasiswa baru melalui jalur SNMPTN sebanyak 30%, SBMPTN sebanyak 40% dan SMMPTN (jalur mandiri) sebanyak 30%<sup>4</sup>.

Melalui peraturan ini, dapat dilihat bahwa PTN yang ada di Sumatera Barat mengalami peningkatan jumlah mahasiswa selama dua tahun belakangan. Menurut data dari RISTEKDIKTI tahun 2019, terdapat lima PTN yang ada di Sumatera Barat yaitu Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Politeknik Negeri Padang dan Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh. Empat dari lima PTN tersebut mengalami peningkatan jumlah mahasiswa yang cukup signifikan pada tahun ajaran 2017/2018 dan 2018/2019.



---

<sup>4</sup> URL: <https://pmb.unand.ac.id/index.php/smmptn-barat2> (diakses pada 19 Mei 2019 pukul 14.12)

**Tabel 1.1 Statistik Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Sumatera Barat**

No	Kode PTN	Nama PTN	Status	Data Pelaporan		Keterangan
				Tahun 2017/2018	Tahun 2018/2019	
1.	001006	Univ. Andalas	Aktif	26.496	27.971	naik
2.	001032	Univ. Negeri Padang	Aktif	35.429	46.385	Naik
3.	002009	ISI Padang Panjang	Aktif	860	2.245	Naik
4.	005009	Politeknik Negeri Padang	Aktif	4.551	4.789	Naik
5.	005025	Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh	Aktif	1.578	1.563	Turun

Sumber: [www.forlap.ristekdikti.go.id](http://www.forlap.ristekdikti.go.id) (2019)

Statistik peningkatan jumlah mahasiswa PTN tersebut ternyata tidak berlaku bagi PTS yang ada di Sumatera Barat. Berdasarkan laporan dari LLDIKTI Wilayah X, dari 97 PTS yang ada di Sumatera Barat, hanya terdapat 13 PTS yang mengalami peningkatan jumlah mahasiswa setiap tahun dari tahun 2015 hingga 2017 (Lampiran 1). Banyaknya PTS mengalami penurunan mahasiswa secara drastis dari tahun 2015 hingga 2018, yang diasumsikan akibat banyak dari PTNBLU dan PTNBH yang ada di Indonesia khususnya Sumatera Barat, yang membuka jalur mandiri besar-besaran sebagai salah satu jalur penerimaan mahasiswa baru, sehingga banyak dari PTS yang kesulitan dalam mendapatkan calon mahasiswa baru. Beberapa PTS besar dan cukup dikenal di Sumatera Barat seperti Universitas Bung Hatta dan STKIP PGRI

sempat mengalami penurunan jumlah mahasiswa beberapa tahun belakangan yakni di tahun 2016-2017. Akan tetapi di tahun 2018, terjadi peningkatan kembali jumlah mahasiswa pada kedua PTS tersebut.

Selain otonomi perguruan tinggi, ternyata banyak faktor lain yang mempengaruhi persaingan antar sesama PTS ataupun dengan PTN. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh majalah MIX, setidaknya terdapat tiga faktor penting yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yaitu kualitas lulusan, citra dan reputasi serta kesesuaian biaya dan manfaat yang didapatkan. PTN lebih banyak dipilih calon mahasiswa dibandingkan PTS, karena munculnya prestise bahwa lulusan PTN lebih cepat dan mudah dalam mendapatkan pekerjaan terbaik. Selain itu, citra dan reputasi yang baik dari PTN dan PTS, juga mempengaruhi persepsi orang tua dan masyarakat. Mahasiswa yang lulus PTN dengan akreditasi A akan memiliki kualitas dan kredibilitas yang baik dibandingkan lulusan PTS<sup>5</sup>.

Citra didefinisikan sebagai keyakinan, ide-ide, stereotip, sikap dan perilaku yang relevan dari seseorang dalam melihat sebuah objek, institusi, organisasi maupun manusia. Sebuah organisasi penyedia jasa pendidikan seperti perguruan tinggi, sangat diperlukan pengelolaan citra yang baik (Adriza, 2015:80). Menurut Kotler (2002: 338), melalui citra yang baik, maka akan dapat menimbulkan nilai emosional pada diri seseorang, sehingga akan muncul perasaan positif untuk memilih sebuah produk atau jasa. Apabila mampu menanamkan citra positif pada khalayaknya, maka perguruan tinggi akan memperoleh banyak perhatian dan menjadi tujuan calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya (Sulistyaningtyas, 2007:132).

Citra positif tidak hanya dibutuhkan oleh PTN melainkan juga sangat dibutuhkan oleh PTS. PTS dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas dan mengkomunikasikan kegiatan komunikasinya, agar dapat membentuk citra positif yang nantinya akan membantu meningkatkan animo masyarakat dan calon mahasiswa terhadap PTS tersebut (Aprinta, 2014:2).

---

<sup>5</sup> URL: <https://mix.co.id/marcomm/brandcommunication/branding/format-baru-persaingan-perguruan-tinggi-di-indonesia-3/> (diakses 19 Mei 2019, pukul 11.42 wib)

Citra positif tidak dapat terwujud secara otomatis jika tidak diiringi dengan kualitas dan pengelolaan komunikasi yang baik (Cutlip, 2001:51). Oleh sebab itu, agar seluruh strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan manajemen khusus yang mampu menangani kasus ini yakni praktisi *Public Relations (PR)*. PR sebuah perguruan tinggi akan berupaya untuk melakukan manajemen komunikasi yang baik, sehingga citra positif yang dimunculkan dapat diterima, melekat dan memengaruhi pandangan masyarakat.

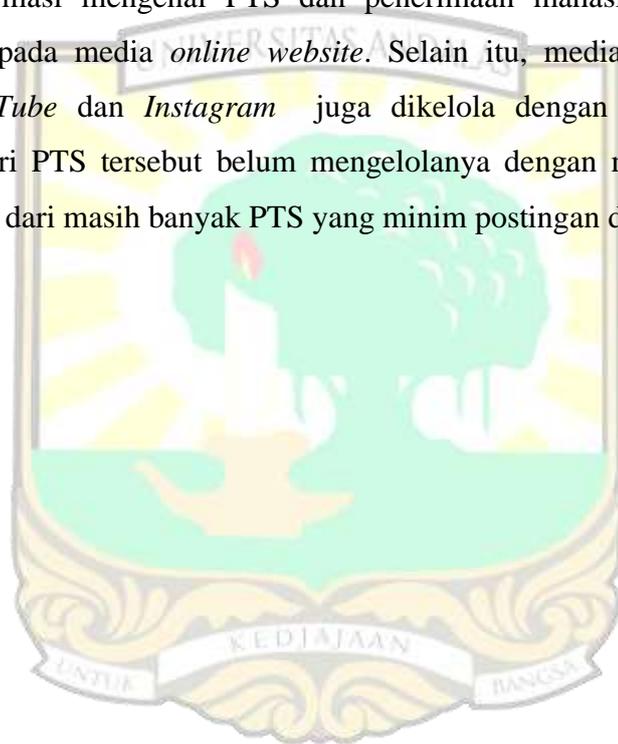
Dahulu *Public Relations* menggunakan media massa konvensional seperti TV, koran, majalah dan radio untuk kegiatan publikasi, kini di era perkembangan teknologi, media massa konvensional dinilai tidak begitu efektif lagi jika dibandingkan dengan media *online* (Doherty,1995:4). Kemunculan internet membuat perkembangan media baru ikut dimanfaatkan oleh para praktisi *Public Relations* untuk menjalankan fungsi komunikasi mereka atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Cyber Public Relations*.

Menurut Onggo (2004:1-6), *Cyber Public Relations* atau *Cyber PR* adalah inisiatif PR yang menggunakan media internet seperti sosial media sebagai sarana publisitasnya. Tidak hanya menyangkut publisitas, aktivitas *Cyber PR* juga berfokus pada interaksi antara organisasi dengan publiknya. Melalui *Cyber PR* akan terbentuk komunikasi dua arah (*two-way communication*) dan kedekatan dengan publik. Organisasi atau institusi yang memanfaatkan kegiatan *Cyber PR* ini, juga mampu menghemat biaya pembuatan iklan jika dibandingkan dengan menggunakan media konvensional seperti televisi, radio ataupun surat kabar.

*Cyber PR* dalam suatu perguruan tinggi dinilai memiliki peranan yang penting dalam menjadikan sebuah brand dapat dikenal oleh masyarakat luas. Tentu saja hal ini bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan, terlebih jika terdapat kompetitor yang lebih dulu muncul, sehingga dalam pelaksanaannya diperlukan berbagai inovasi dan strategi yang tepat, salah satunya dengan memanfaatkan penggunaan media *online* seperti *website*, *YouTube* dan *Instagram* oleh praktisi *PR*. Semakin kuat konektivitas PTS dengan berbagai media *online* yang berkembang saat ini, maka akan semakin mempermudah

khalayak untuk mengakses dan memperoleh informasi mengenai PTS. Hal ini tentu saja akan membantu PTS dalam membangun citra positif yang pada akhirnya mampu meningkatkan minat calon mahasiswa baru dalam memilih PTS tersebut.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan (2 Februari 2019), beberapa PTS besar yang ada di Sumatera Barat sudah memiliki praktisi Humas dan telah memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam pembentukan citra positif bagi perguruan tinggi mereka. Praktik *cyber PR* sudah dilakukan dan terlihat dari adanya pengelolaan *website* dan media sosial. Informasi mengenai PTS dan penerimaan mahasiswa baru, sudah dipaparkan pada media *online website*. Selain itu, media sosial yang ada seperti *YouTube* dan *Instagram* juga dikelola dengan baik, meski ada beberapa dari PTS tersebut belum mengelolanya dengan maksimal. Hal ini dapat dilihat dari masih banyak PTS yang minim postingan dan *followers*.



**Tabel 1.2 Statistik Media Online Perguruan Tinggi Swasta di Sumatera Barat**

No	Universitas	Media Online			
		Website	Twitter	Instagram	Facebook
1.	Universitas Bung Hatta	<a href="http://www.bunghatta.ac.id">www.bunghatta.ac.id</a>	Bergabung: Mei 2012 Tweet: 37.9k Followers: 3923 Following: 13 Likes: 205	Post: 5441 Followers: 18.8k Following: 131	Likes: 8754 Following: 8736
2.	Universitas Ekasakti	<a href="http://www.unepadang.ac.id">www.unepadang.ac.id</a>	Bergabung: Maret 2013 Tweet: 24 Followers: 24 Following: 96	Post: 66 Followers: 721 Following: 841	Likes: 2242 Following: 2241
3.	STKIP PGRI	<a href="http://www.stkip-pgri-sumbar.ac.id">www.stkip-pgri-sumbar.ac.id</a>	@pmb_stkip pgri	Post: 280 Followers: 1715 Following: 33	Likes: 2589

*Sumber: hasil penelusuran penulis dari berbagai sumber (2019)*

Ketiga PTS tersebut yakni Universitas Bung Hatta, Universitas Ekasakti dan STKIP PGRI sudah menerapkan praktik *cyber PR* dan cukup aktif dalam pengelolaan media *online*. Adanya inisiatif yang dilakukan oleh praktisi Humas PTS tersebut dalam memanfaatkan media *online* yang ada, diharapkan mampu memaksimalkan komunikasi perguruan tinggi mereka sehingga mampu bersaing dengan sesama PTS ataupun dengan PTN, serta dapat

membentuk citra positif yang nantinya dapat meningkatkan minat calon mahasiswa dalam memilih PTS tersebut.

Kajian mengenai *Public Relation* pada institusi perguruan tinggi sebenarnya sudah cukup banyak dilakukan. Ike Devi Sulistyaningtyas (2007), telah pernah membahas mengenai peran strategis *Public Relation* pada perguruan tinggi. Kemudian penelitian mengenai *Public Relation* terus berkembang seiring dengan bertransformasinya *PR* konvensional menjadi *cyber PR*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Anditya Yosephat Angwarmase (2014), mengenai implementasi praktik yang dilakukan oleh *cyber PR* Universitas Gajah Mada Yogyakarta, dalam membentuk dan meningkatkan reputasi sebagai universitas riset berkelas dunia. Penelitian lain yang membahas mengenai implementasi *cyber PR* selanjutnya dilakukan oleh Nur Sehad (2017). Penelitian ini difokuskan pada kegiatan marketing *PR* yang memanfaatkan media *online instagram* sebagai sarana untuk membentuk *costumer engagement* oleh Universitas Bakrie. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Gita Aprinta (2014), yang melihat bahwa kajian *cyber PR* dapat diterapkan dalam pembentukan citra institusi pendidikan tinggi swasta.

Berdasarkan referensi dari penelitian-penelitian tersebut, mendorong peneliti untuk mengkaji praktik *cyber PR* pada PTS di Sumatera Barat. Penelitian ini berfokus pada tren penurunan jumlah mahasiswa PTS beberapa tahun belakangan, akibat persaingan antar sesama PTS maupun dengan PTN yang membuka seleksi mahasiswa baru secara besar-besaran, sehingga diperlukannya upaya dari PTS untuk memanfaatkan praktik *cyber PR* agar mampu meningkatkan citra positif PTS yang pada akhirnya dapat menarik minat calon mahasiswa untuk memilih PTS tersebut. Meski ada banyak penelitian yang membahas mengenai praktik *cyber PR* di institusi perguruan tinggi, hanya saja sedikit sekali penelitian yang secara spesifik berangkat dari tren penurunan jumlah mahasiswa PTS secara signifikan akibat persaingan dengan sesama PTS ataupun dengan PTN.

Penelitian ini penting dilakukan karena, peneliti melihat bahwa peningkatan citra positif akan memberikan dampak yang besar terhadap

keberadaan dan eksistensi dari sebuah perguruan tinggi. Hal ini menimbulkan tantangan bagi praktisi humas dalam membangun dan mengembangkan strategi komunikasi berbasis *online*, dalam meningkatkan citra positif sehingga pada akhirnya mampu menarik minat calon mahasiswa dalam memilih PTS yang dikelola.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan yaitu bagaimana strategi dan implementasi *Cyber Public Relation* dalam meningkatkan citra positif pada tiga Perguruan Tinggi Swasta di Sumatera Barat?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh tiga Perguruan Tinggi Swasta di Sumatera Barat dalam menghadapi persaingan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi *cyber PR* dalam meningkatkan citra positif pada tiga PTS di Sumatera Barat dalam mengelola media sosial milik universitas.
3. Untuk mengetahui implementasi *cyber PR* sehingga mampu meningkatkan citra positif pada tiga PTS di Sumatera Barat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dijabarkan sebagai berikut:

### **1.1.1 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai bahan kajian dalam ilmu komunikasi, dapat memperkaya topik kajian ilmu komunikasi pada bidang *Public Relation* dan *New Media* dalam mata kuliah *Public Relation*
2. Memberikan gambaran tentang studi *Branding Image* dalam strategi *Cyber PR*

### 1.1.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini semoga dapat menjadi bahan informasi bagi manajemen *Public Relation* PTS di Sumatera Barat untuk mengevaluasi kelemahan dan kelebihan pada praktik *cyber PR* yang sudah dilakukan.
2. Meningkatkan pemahaman tentang strategi *cyber PR* sebagai sebuah perencanaan dalam menarik minat publik.

