

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

*Public Relations* berfungsi membangun citra yang positif serta menjaga kredibilitas suatu perusahaan atau organisasi. Untuk itu diperlukan membangun hubungan yang baik pada seluruh pihak menjadi hal utama dalam hubungan internal dan eksternal.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009: 6), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa *Public Relations* merupakan profesi yang melekat dan menjadi vital dalam suatu organisasi dan bahkan setiap anggotanya berkewajiban menjalankan fungsi *Public Relations* itu sendiri, karena *Public Relations* menghubungkan antara internal (organisasi) dan eksternal (publik) sehingga tercapai tujuan organisasi. Salah satu wujud dari kegiatan kehumasan dalam sebuah organisasi yaitu mampu melakukan kegiatan kampanye *Public Relations*.

Kegiatan ini meliputi rencana program yang tepat sasaran agar organisasi dipandang baik oleh publiknya atau target sarannya. Disini dituntut keterampilan *Public Relations* dalam berkomunikasi baik lisan maupun tulisan dalam penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, sekaligus membentuk opini publik atau opini target sasaran sehingga hasilnya tidak melenceng dari tujuan organisasi.

Kampanye *Public Relations* yang terarah dapat diwujudkan bila *Public Relations* memiliki perencanaan kampanye yang tepat. Rogers dan Storey mengatakan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu. Ruslan (2008:23)

Ruslan menjelaskan bahwa kampanye *Public Relations* memiliki arti sempit dan arti luas. Kampanye *Public Relations* dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses

komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Sedangkan dalam arti umum atau luas, kampanye *Public Relations* tersebut memberikan penerangan terus menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif (Ruslan, 2008:66).

Dari penjelasan kampanye yang diungkapkan Rogers dan Storey serta Ruslan di atas didapat pengertian bahwa kampanye *Public Relations* dilakukan secara terorganisasi atau tahap demi tahap mulai dari menetapkan tujuan, target sasaran, hingga terciptanya opini yang terbentuk menjadi positif dan juga mendukung pada citra organisasi yang positif pula dan tentunya nanti dapat dievaluasi.

Kegiatan kampanye *Public Relations* juga diterapkan oleh mahasiswa dalam mendukung pembentukan citra organisasi ataupun latar belakang motif yang dibawanya. Hal ini berkaitan dengan bagaimana usaha mahasiswa asal Sulawesi Selatan dalam mengkampanyekan budaya mereka.

Karena jumlah pelajar daerah di Ibukota meningkat setiap tahunnya, maka semakin banyak pula didirikan organisasi-organisasi atau himpunan mahasiswa daerah untuk menaungi pelajar dari masing-masing daerah di seluruh Indonesia. Salah satunya, Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA STT-PLN Jakarta (Himpunan Mahasiswa Sulawesi Selatan, Barat, dan Tenggara) yang merupakan perhimpunan mahasiswa daerah asal Pulau Sulawesi dan beranggotakan sekitar 500 mahasiswa daerah yang sedang menuntut ilmu pada berbagai strata pendidikan di STT-PLN Jakarta.

Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA STT-PLN dicetus pertama kali pada tahun 2007 dengan maksud untuk menaungi keluarga mahasiswa dari Pulau Sulawesi dan sekarang merupakan himpunan daerah yang telah diresmikan oleh STT-PLN sejak tahun 2009. Untuk menjalin kekeluargaan dibentuklah beberapa program kerja oleh pengurus Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA diantaranya Tudang Sipulung, Paggolo, Family Gathering, dan Dirgantara guna memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan tentang pesona keberagaman budaya Sulawesi kepada mahasiswa yang ada di STT-PLN Jakarta dari Sabang-Merauke.

Charles U. Larson menjelaskan *Ideological or cause campaigns* adalah jenis kampanye *public relations* yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Biasanya kampanye ini disebut dengan *social change campaigns* dan kegiatan kampanye sosial tersebut bersifat nonkomersial. (Ruslan, 2008: 25-26). Berdasarkan hasil pengamatan penulis, kampanye *public relations* yang

sama juga dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA yang berupa *events* berbasis budaya dan kekeluargaan selama satu periode telah sukses dilaksanakan.

Format kampanye *public relations* yang dilakukan Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA yang didominasi berupa *events* telah berlangsung melalui berbagai tahapan-tahapan, yang dimulai dari menarik perhatian audiens, tema dan pesan yang digencarkan dari setiap kegiatan kampanye, yakni memperkenalkan keanekaragaman budaya Sulawesi Selatan sebagai budaya yang dapat diterima disemua kalangan sehingga memotivasi atau mendorong khalayak/target sasaran untuk melakukan tindakan yang nyata dengan menambah pengetahuan tentang budaya Sulawesi Selatan agar membentuk opini dan citra yang positif bagi mahasiswa asal Pulau Sulawesi di lingkungan STT-PLN Jakarta. Keberhasilan atau tidaknya popularitas pelaksanaan kegiatan kampanye *public relations* tersebut tentu melalui kerja sama dengan pihak media untuk publikasi, menggugah perhatian, kesadaran, dukungan, dan mampu mengubah perilaku atau tindakan nyata dari target audiens yang mana hal ini tentu tidak luput dari perhatian Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA yang telah mendapatkan *exposure media* baik dari website STT-PLN, media sosial, dan media cetak.

Dari keseluruhan pelaksanaan kegiatan kampanye *public relations* tersebut, target audiens dipisahkan berdasarkan eksternal dan internal, antara lain kegiatan Eksternal; Dirgantara, Paggolo', *Open House*, dan *Exhibition*. kemudian kegiatan internal antara lain; Wisudawan, Tudang Sipulung, *Family Gathering*, dan *Training*, sehingga tujuan dari kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA pun dipisahkan berdasarkan eksternal dan internal. Tujuan eksternal antara lain memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan budaya Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan secara menyeluruh dan memperkenalkan Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA di lingkungan STT-PLN Jakarta agar terciptanya opini dan citra yang positif. Tujuan kegiatan internal antara lain untuk merangkul seluruh mahasiswa STT-PLN Jakarta asal Pulau Sulawesi dan sebagai rumah untuk mempererat tali silaturahmi dan memupuk rasa persaudaraan dalam bidang sosial, pendidikan, dan budaya.

Namun, dalam penelitian ini penulis akan berfokus pada tujuan dari kegiatan kampanye eksternal yang belum tercapai sepenuhnya dengan masih adanya stigma negatif dari mahasiswa non-Sulawesi STT-PLN Jakarta dikutip dari wawancara singkat dengan mahasiswa yang bukan berasal dari Sulawesi di STT-PLN Jakarta untuk mengetahui pendapat dan persepsi mereka terhadap citra mahasiswa asal Pulau Sulawesi setelah

melaksanakan program kerja kampanye yang rutin dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA guna memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan budaya Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan di lingkungan STT-PLN Jakarta ternyata sebagian besar mahasiswa yang diwawancarai sudah cukup mengenal eksistensi dari Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA namun tujuan eksternal belum tercapai dengan maksimal sesuai dengan saran dari mahasiswa non-Sulawesi STT-PLN Jakarta sebagai target sasaran bahwa beberapa acara dirasa monoton yang mana sebaiknya acara-acara tersebut selalu dilakukan inovasi setiap tahun tanpa mengurangi cita rasa dari budaya Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan agar tidak membosankan dari segi konsep, kemudian masalah keramahan panitia dan anggotanya diharapkan untuk ditingkatkan lagi.

Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA telah konsisten sejak 2007 untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan berbasis budaya dan kekeluargaan di lingkungan kampus STT-PLN Jakarta untuk mengkampanyekan budaya asli dari Pulau Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan, namun ternyata tujuan eksternal dari program kerja yang dilaksanakan secara periodik belum mencapai tujuan yang signifikan sehingga sampai sekarang citra mahasiswa asal Pulau Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan masih melekat stigma negatif yang tidak sesuai harapan dari mahasiswa non-Sulawesi di lingkungan STT-PLN Jakarta.

Penelitian ini membahas lebih mendalam mengenai upaya dan peran dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan dalam pelaksanaan program kerja Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA yang diharapkan mampu menghasilkan kesan dan citra yang positif kepada seluruh mahasiswa STT-PLN Jakarta sebagai urgensi penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membahas mengenai upaya kampanye yang dilakukan oleh seluruh pengurus Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA STT-PLN dalam memperkenalkan budaya asalnya untuk mencapai tujuan eksternal sehingga judul dalam penelitian ini yaitu “Peran Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN Jakarta.”

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus terhadap pelaksanaan program kerja kampanye *public relations* dari Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA yang didominasi oleh *events* bersifat budaya

Dalam pelaksanaannya Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA telah konsisten sejak 2007 untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan berbasis budaya dan kekeluargaan di lingkungan kampus STT-PLN Jakarta untuk mengkampanyekan budaya asli dari Pulau Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan, namun ternyata tujuan eksternal dari program kerja yang dilaksanakan secara periodik belum mencapai tujuan yang signifikan sehingga sampai sekarang citra mahasiswa asal Pulau Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan masih melekat stigma negatif yang tidak sesuai harapan dari mahasiswa non-Sulawesi di lingkungan STT-PLN Jakarta.

Oleh karena itu, sejalan dengan penelitian ini, penulis menentukan rumusan masalahnya sebagai berikut:

**Bagaimana Peran Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN Jakarta?**

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui fungsi Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN Jakarta.
2. Mengetahui peran Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN Jakarta.
3. Mengetahui kendala yang dialami Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN Jakarta.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian peran Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dalam mengkampanyekan budaya Sulawesi Selatan kepada mahasiswa di STT-PLN ini antara lain:

1. Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi atau masukan pada konsep dan teori yang digunakan, khususnya teori kampanye *public relations*.
2. Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu sebagai bahan evaluasi dari pelaksanaan kampanye *public relations* budaya Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan yang dilaksanakan oleh Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA dan diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan dan saran bagi himpunan mahasiswa daerah lainnya khususnya Himpunan Mahasiswa SUTAN BATARA STT-PLN Jakarta.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I – PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II – TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat hasil-hasil penelitian terdahulu, konsep dan teori yang relevan dengan penelitian, dan ditutup dengan kerangka pemikiran.

### **BAB III – METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat desain penelitian, objek penelitian, waktu dan tempat, informan dan key informan, instrumen, keabsahan data, analisis data.