

**PENGEMBANGAN HUBUNGAN MASYARAKAT DI PERGURUAN TINGGI
MENGHADAPI ERA GLOBALISASI DAN
OTONOMI PERGURUAN TINGGI
(Tinjauan di Universitas Mataram)**

***DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATIONS AT UNIVERSITY DUE TO
GLOBALIZATION ERA AND UNIVERSITY OUTONOMY
(Case Study at Mataram University)***

Oleh :

Agus Purbathin Hadi

Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian (PKP)

Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Berkaitan dengan otonomi perguruan tinggi dan menghadapi era globalisasi, Hubungan Masyarakat di perguruan tinggi memegang peran penting dalam menjalin komunikasi antara perguruan tinggi dengan publik. Tulisan ini meninjau pelaksanaan kegiatan Humas di Universitas Mataram, dan memberikan alternatif pengembangan Humas. Dari kondisi Humas di Universitas Mataram, dapat disimpulkan bahwa Humas belum sepenuhnya melaksanakan fungsinya, karena belum didayagunakan untuk menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi. Kecilnya peran Humas dalam kegiatan komunikasi publik antara lain disebabkan kedudukan Humas hanyalah sebuah sub bagian di bawah Biro Administrasi Umum, sehingga ruang gerak Humas sangat terbatas dalam melakukan komunikasi publik. Untuk itu, dalam upaya pengembangan Humas menghadapi otonomi dan globalisasi disarankan untuk memberikan peran yang lebih besar kepada Humas dengan melakukan langkah pengembangan Humas yang sistematis dan terpadu dalam pola **ROPE** baik dalam model dan cara penanganannya maupun program yang dikembangkan.

ABSTRACT

Due to university autonomy and globalization era, public relation at university has an essential role in communication relation between public and university. The article tries to analyze public relation activity at Mataram University and it tries to give an alternative on public relations development. Based on public relations condition at Mataram university, it can be concluded that the public relations still not fully excursion on function and its characters. It is caused by: first, they are not empowered to support in management activity to reach the goal. Second, the public relation just as a part of Public Administration Bureau, so that it has a limit function on implenting a public relations. Therefore, in order to develop public relations on facing autonomy and globalization, suggested to give more chance to public relations, It can be increased by systematic and integrated public relation on ROPE system, namely, on increasing a model, implementation and its program.

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi dan menghadapi rencana otonomi pengelolaan perguruan tinggi, pendidikan tinggi Indonesia menghadapi tantangan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan output berkualitas yang berdaya saing tinggi. Tuntutan peningkatan kualitas ini disamping datang dari civitas akademika sebagai bagian organisasi (publik internal), juga datang dari masyarakat (publik eksternal). Dari publik sebagai “*klien*”, datang tuntutan untuk meningkatkan kualitas pengajaran yang dapat menghasilkan lulusan berkualitas yang mampu menghadapi persaingan era globalisasi. Sedangkan dari publik sebagai “*mitra*”, datang tuntutan untuk peningkatan kualitas hasil penelitian dan kualitas pengabdian pada masyarakat yang mampu menjawab permasalahan dan tantangan pembangunan.

Tugas, fungsi dan tanggung jawab lembaga Perguruan Tinggi adalah dirumuskan dalam Tridharma Pendidikan Tinggi, yang terdiri dari fungsi pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam melaksanakan ketiga dharma ini, perguruan tinggi membutuhkan interaksi dengan publik sebagai klien dan mitra. Menghadapi rencana otonomi pengelolaan pendidikan tinggi, perguruan tinggi perlu melakukan pembenahan internal antara lain melalui peningkatan komunikasi antar civitas akademika untuk menghasilkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan pendidikan tinggi. Sedangkan dalam menghadapi era globalisasi, peran pendidikan tinggi semakin penting dan strategis dalam menjawab permasalahan dan tuntutan yang timbul di masyarakat.

Selama ini ada kesan bahwa perguruan tinggi lebih berperan sebagai “*menara gading*” yang terpisah dari publiknya. Dalam kenyataannya, perguruan tinggi pada umumnya bersifat menunggu atau menggunakan hubungan-hubungan lama yang telah ada untuk membina kegiatannya. Dalam era globalisasi, perguruan tinggi tidak bisa lagi hanya sekedar menjadi “*menara gading*”, akan tetapi dituntut menjadi “*menara api*” melalui interaksi dan kepedulian terhadap publiknya.

Visi dan misi Pendidikan Tinggi adalah untuk masyarakat, sehingga perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharmanya harus bersifat aktif berintegrasi dengan publiknya, dan dalam hal ini peran *Public Relation* (atau di perguruan tinggi lebih dikenal sebagai Hubungan Masyarakat, dan dalam tulisan ini selanjutnya disebut

Humas) menjadi penting dan strategis. Tulisan ini mencoba untuk melakukan tinjauan terhadap pelaksanaan kegiatan Humas di Universitas Mataram, baik internal maupun eksternal, dan memberikan alternatif pengembangan Humas perguruan tinggi yang efektif di Universitas Mataram dalam menghadapi otonomi perguruan tinggi dan era globalisasi.

DEFINISI, CIRI DAN FUNGSI HUMAS

Perguruan tinggi sebagai pusat pendidikan tinggi, agen alih teknologi dan inovasi, dalam perkembangan kiprahnya di tingkat masyarakat diuntut untuk menghasilkan produk-produk berkualitas, baik dalam hal lulusan, sistem pendidikan yang dikembangkan maupun tingkat kontribusinya pada pembangunan dalam arti luas. Dalam memenuhi kiprah tersebut, perguruan tinggi memerlukan dukungan perangkat kerja tertentu yang dikenal sebagai Humas untuk mengenalkan atau menunjukkan kemampuannya sebagai suatu lembaga pendidikan tinggi yang memiliki tradisi kuat dalam bidang ilmu, pengetahuan dan seni (Iptreks) tertentu, yaitu mengangkat isu-isu relevan yang dimunculkan, program unggulan dan dukungan yang dimilikinya (Hubeis, M., 1998).

Ditinjau dari pelaksanaan tugas yang sebenarnya, lembaga Humas sering di permasalahpahami dan disepelekan, baik di tingkat internal maupun eksternal. Humas dianggap hanya bertugas untuk melaksanakan konferensi pers dan atau mengirimkan siaran pers, padahal Humas juga mempunyai tugas untuk mengadakan komunikasi ke dalam (*employee relation* atau *internal communication*), yang juga bertujuan mendapatkan dukungan dan pegertian dari bawah terhadap usaha-usaha organisasi. Humas pun harus mampu memberikan saran kepada pimpinan untuk merumuskan kebijaksanaan, dan menumbuhkan *good will* yang baik terhadap citra organisasi (Assegaf, 1987).

Oleh karena itu perlu disadari pengertian tentang apa yang dapat dilakukan oleh Humas bagi pimpinan perguruan tinggi (Rektor dan Pembantunya) dan organisasi perguruan tinggi sendiri, yaitu bagaimana memproyeksikan pesan yang tepat ke pengguna melalui penguasaan komunikasi, melakukan kegiatan promosi efektif sesuai

biaya yang tersedia, dan memanfaatkannya sebagai alat manajemen yang baik (Hubeis, 1998).

Definisi Humas menurut *The International Public Relation Association (IPRA)*, adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang terencana dan berkesinambungan yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang terencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien (Effendi, 1998). Sedangkan menurut Moore (1987), Humas adalah suatu filsafat sosial dari manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-pristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.

Berdasarkan definisi di atas, Humas memiliki ciri sebagai berikut (Effendi, 1998):

- 1) Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik;
- 2) Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi;
- 3) Publik yang menjadi sasaran kegiatan Humas adalah publik eksternal dan publik internal;
- 4) Operasionalisasi Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Berdasarkan ciri Humas di atas, fungsi Humas dapat dirumuskan sebagai berikut (Effendi, 1998) :

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun publik internal;
- 3) Mencitakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi:

4) Melayani publik dan memberi saran pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Melihat ciri dan fungsi Humas di atas, dan sesuai dengan visi dan misi bahwa pendidikan tinggi adalah untuk masyarakat, maka Humas di perguruan tinggi harus dapat mendukung tercapainya visi dan misi tersebut. Kemudian menghadapi rencana otonomi pengelolaan pendidikan tinggi, dan menghadapi era globalisasi, peran Humas menjadi semakin penting dan strategis dalam menjawab permasalahan dan tuntutan yang timbul di masyarakat. Permasalahannya adalah sejauh mana kesiapan Humas perguruan tinggi, khususnya di Universitas Mataram, dalam melaksanakan fungsinya untuk mendukung pengembangan pendidikan tinggi menghadapi era globalisasi dan otonomi pengelolaan perguruan tinggi.

PERANAN HUMAS DALAM PELAKSANAAN TRIDHARMA PENDIDIKAN TINGGI

Tugas, fungsi dan tanggung jawab lembaga pendidikan tinggi adalah dirumuskan dalam Tridharma Pendidikan Tinggi, yang terdiri dari fungsi pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam melaksanakan fungsi pengajaran, Perguruan tinggi dituntut untuk mampu memberikan layanan pendidikan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan dan tuntutan masyarakat. Untuk itu perlu diupayakan kerjasama dalam bidang pengajaran antar lembaga perguruan tinggi, baik di dalam maupun di luar negeri, misalnya dalam upaya meningkatkan mutu tenaga pengajar (dosen), ketersediaan buku-buku dan pustaka yang memadai, dan lain-lain.

Dalam melaksanakan fungsi penelitian, perlu diupayakan peningkatan mutu hasil penelitian yang mampu menjawab tantangan pembangunan dan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Kerjasama dengan lembaga-lembaga penelitian di dalam dan luar negeri perlu ditingkatkan untuk meningkatkan mutu hasil penelitian dan mencegah terjadinya duplikasi. Dalam upaya memperoleh dana pembiayaan penelitian, perlu kerjasama dengan Dinas/Instansi Pemerintah, LSM, dan atau perusahaan-perusahaan swasta yang bertindak sebagai mitra. Kemudian dalam bidang pengabdian pada masyarakat, interaksi dengan masyarakat perlu ditingkatkan sehingga kegiatan

yang dilaksanakan tidak lagi hanya bersifat seremonial, namun diarahkan untuk membantu masyarakat dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang terjadi.

Pelaksanaan tugas, fungsi dan tanggung jawab lembaga perguruan tinggi tersebut di atas membutuhkan komunikasi dengan publiknya, baik dengan civitas akademika sebagai publik internal, maupun dengan publik eksternal seperti dengan masyarakat di sekitar kampus, perguruan tinggi lainnya, dinas/instansi pemerintah, perusahaan, LSM dan lembaga swasta lainnya. Berbagai upaya yang telah dilakukan, akan tetapi komunikasi publik yang dilaksanakan oleh Universitas Mataram perlu ditingkatkan, baik intensitas maupun kualitasnya.

Kegiatan komunikasi publik masih dilaksanakan secara terpisah oleh tiap unit kerja (Rektorat, Fakultas, Lembaga Penelitian, LPPM, dan Unit Pelaksana Teknis lainnya). Sedangkan peran Humas masih terbatas dalam pendokumentasian kegiatan dan melakukan publikasi pers (membuat siaran pers dan menyelenggarakan konferensi pers). Untuk kegiatan komunikasi publik internal, peran Humas lebih kecil lagi, terbatas pada kegiatan dokumentasi foto dan memamerkannya pada papan display foto. Komunikasi publik internal lebih banyak dilakukan oleh masing-masing unit kerja, dan juga pers kampus mahasiswa, meskipun Humas telah memiliki buletin internal namun belum didayagunakan sepenuhnya untuk mengkomunikasikan kebijakan organisasi Universitas Mataram kepada semua civitas akademika.

Berdasarkan ciri dan fungsi Humas (Effendi, 1998) dapat disimpulkan bahwa Humas Universitas Mataram belum sesuai dengan ciri Humas dan belum sepenuhnya melaksanakan fungsi Humas, karena belum didayagunakan sepenuhnya untuk menunjang kegiatan manajemen dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Humas Universitas Mataram belum mampu menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi, dan belum berorientasi melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Masih kecilnya peran Humas dalam kegiatan komunikasi publik di Universitas Mataram antara lain disebabkan kedudukan Humas masih merupakan unit kecil dalam organisasi Universitas Mataram. Fungsi bagian Humas di perusahaan-perusahaan swasta sudah mendapatkan perhatian yang besar dengan menempatkan Humas dalam divisi khusus pada level manajemen sehingga citra perusahaan dan produk yang

dihasilkan dapat terpelihara dengan baik di kalangan publiknya. Sedangkan di Universitas Mataram, kelembagaan Humas hanyalah sebuah bagian di bawah Biro Administrasi Umum dan Keuangan, yaitu Sub Bagian dari Bagian Hukum dan Tata Laksana, sehingga ruang gerak Humas sangat terbatas dalam melakukan komunikasi publik. Untuk itu diperlukan pengembangan komunikasi organisasi Universitas Mataram dengan meningkatkan fungsi dan peran Humas.

PENGEMBANGAN HUMAS UNIVERSITAS MATARAM

Kata kunci dari proses globalisasi adalah persaingan bebas, dan karena itu tantangan yang harus dihadapi perguruan tinggi adalah bagaimana meningkatkan daya saing dalam menghasilkan produk-produk bermutu yang dilandasi dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Agar berhasil dalam menghadapi globalisasi, Universitas Mataram sebagai bagian dari pendidikan nasional dituntut untuk peka terhadap kebutuhan pembangunan sekaligus mampu mengatasi permasalahan pembangunan, melalui pengembangan paradigma pendidikan tinggi, yaitu otonomi, akuntabilitas, akreditasi dan evaluasi.

Untuk mendorong upaya peningkatan daya saing tersebut, dibutuhkan pengembangan komunikasi publik, baik internal maupun eksternal di tingkat lokal, nasional dan internasional. Sesuai dengan fungsinya, Humas diharapkan dapat lebih berperan dalam mendukung perguruan tinggi menghadapi otonomi dan globalisasi.

Langkah pertama dalam pengembangan Humas di Universitas Mataram adalah dengan memberikan peran yang lebih besar kepada Humas untuk melaksanakan fungsinya. Untuk itu, kedudukan Humas dalam organisasi perguruan tinggi perlu ditingkatkan, misalkan menjadi suatu Unit Pelaksana Teknis (UPT) dengan otonomi untuk melaksanakan kegiatan komunikasi publik internal dan eksternal. Apabila tidak memungkinkan karena terkait dengan reorganisasi kelembagaan, maka dapat pula dalam bentuk lembaga non struktural seperti Satuan Tugas Humas (Satgas Humas). Bentuk Satgas Humas ini telah diterapkan Institut Pertanian Bogor (IPB) dan terbukti mampu menjalankan fungsi Humas dalam menunjang otonomi pendidikan tinggi IPB yang sekarang telah berstatus badan usaha milik negara.

Salah satu bentuk pengembangan Humas dalam menjalankan fungsi publik eksternal dikemukakan oleh Moore (1987) tentang upaya memperkenalkan reputasi akademis para ahli di Universitas Alabama. Permasalahan yang dihadapi Universitas Alabama adalah para ahli Universitas Alabama tidak memiliki visibilitas pada media terkenal. Upaya yang dilakukan adalah membentuk Kantor Pelayanan Informasi (KPI) untuk meningkatkan penampilan para ahli di berbagai fakultas Universitas Alabama secara terpadu dengan dukungan sebagai otoritas ahli pada berbagai media.

Langkah-langkah yang dilakukan KPI adalah meningkatkan pasaran sasaran secara lebih berarti, mengidentifikasi para ahli Universitas Alabama dengan lebih baik, meliput bahan berita dengan cara yang lebih sistematis, mengembangkan strategi pemasaran yang baru, dan menyusun program secara menyeluruh. Dalam jangka waktu setahun, program KPI terbukti meningkatkan reputasi akademis sebuah lembaga yang telah dikenal secara nasional.

Sebagai sebuah perguruan tinggi yang sedang berkembang di Indonesia Bagian Timur, Universitas Mataram juga menghadapi masalah dalam memperkenalkan reputasi akademisnya. Sumberdaya manusia yang dimiliki dari tahun ke tahun terus meningkat, baik kualitas maupun kuantitasnya. Demikian juga produk-produk yang dihasilkan, baik berupa output pendidikan, kualitas pengajaran, hasil-hasil penelitian, dan berbagai program pengabdian kepada masyarakat. Untuk lebih memperkenalkan lembaga Universitas Mataram kepada publik lokal, nasional maupun internasional, peran Humas dalam melaksanakan fungsi publik eksternalnya sangat penting dan strategis.

Sedangkan bentuk pengembangan Humas dalam menjalankan fungsi publik internalnya dicontohkan Moore (1987) tentang upaya program hubungan internal Universitas Georgia. Universitas tersebut memiliki lebih dari 7.000 karyawan, yang terdiri mulai dari penjaga malam dan tukang kebun sampai para ilmuwan, cendekiawan, dan administrator profesional. Para karyawan ini menyebar ke seluruh Georgia dan terpisah-pisah bukan hanya oleh letak geografis, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, latar belakang budaya, latihan keprofesionalan, kepentingan profesional, dan aspirasi perorangan.

Disebabkan keanekaragamannya, para karyawan mungkin tidak menyadari keterikatan bersama ini dan menganggap dirinya semata-mata sebagai individu dalam sebuah organisasi besar, atau sebagai orang yang hanya terikat oleh kepentingan

profesional. Mereka cenderung tidak berfikir bahwa dirinya merupakan bagian integral dari suatu kekuatan kohesif. Masalah hubungan internal untuk kantor Humas adalah mempromosikan rasa kesatuan dan juga rasa kebersamaan dalam kelompok-kelompok karyawan yang berjumlah besar dan heterogen.

Kunci untuk mencapai keterikatan ini terletak pada suatu program informasi yang terpadu. Fakultas dan civitas akademika harus diberi informasi yang relevan mengenai pekerjaan, universitas, dan teman sekerjanya. Mereka harus tahu bagaimana menyesuaikan dirinya kepada citra universitas, apa yang dapat mereka sumbangkan dan apa yang dapat mereka harapkan. Dalam mempersiapkan dan menyebarkan informasi, Humas Universitas Georgia berusaha menggambarkan kebersamaan para karyawan dengan menitikberatkan pada kesamaannya di atas perbedaannya, dengan menekankan cita-cita dan aset yang mereka miliki bersama di atas kepentingan dan sikap yang membuat mereka terpisah.

Berbagai alat dan metode digunakan Humas Universitas Georgia untuk menyebarkan informasi dan membentuk program hubungan internal, seperti menerbitkan media internal, kalender rencana, publikasi laporan tahunan dan kebijakan perguruan tinggi, membuat Buku Pedoman Fakultas dan Universitas, dan mempersiapkan acara-acara khusus seperti Hari Wisuda, Dies Natalis, Seminar, Kuliah Umum, dan sebagainya. Program hubungan internal ini mencapai sasaran untuk meningkatkan kebersamaan para karyawan untuk bekerja mewujudkan tujuan yang sama yaitu menjadikan Universitas Georgia sebagai lembaga pendidikan tinggi yang unggul.

Meskipun Universitas Mataram tidak memiliki permasalahan publik internal sekompleks Universitas Georgia, akan tetapi komunikasi publik internal ini perlu mendapatkan perhatian serius untuk meningkatkan kebersamaan civitas akademika dalam menjadikan Universitas Mataram sebagai suatu perguruan tinggi yang mampu bersaing di era global dan mampu mengelola kampus secara otonom. Peran publik internal Humas juga perlu lebih ditingkatkan, misalnya dengan menerbitkan dan memperluas distribusi media komunikasi intern, memberikan layanan data dan informasi kepada semua unit kerja, dan menjadi mediator komunikasi antar unsur civitas akademika Universitas Mataram.

Agar fungsi dan peran Humas di perguruan tinggi menjadi efektif, Hubeis (1998) menyarankan untuk melakukan langkah pengembangan yang sistematis dan terpadu. Langkah ini disebut dengan **ROPE**, atau *Research, the setting of Objection, Programming and Evaluation*, baik dalam model dan cara penanganannya maupun program yang dikembangkan. Kebutuhan komunikasi organisasi, baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal diidentifikasi melalui suatu kajian (riset). Setelah melakukan analisis, langkah berikutnya adalah menyusun rencana strategis Humas yang meliputi visi, misi, tujuan dan sasaran Humas, kemudian dijabarkan dalam program kerja Humas. Dalam setiap tahapan kegiatan dilakukan evaluasi sehingga tujuan dan sasaran Humas dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Oleh karena program Humas perlu disesuaikan dengan arah perkembangan perguruan tinggi, Hubeis (1998) menyarankan periodisasi pengembangan Humas, yaitu program lima tahun pertama menjabarkan gagasan perguruan tinggi dalam pengembangan konsep sampai aspek Humasnya, dan program sepuluh tahun berikutnya membangun citra dan reputasi perguruan tinggi untuk menjadi suatu lembaga pendidikan tinggi yang unggul.

Melalui peningkatan produk dan sistemnya, maka Humas perguruan tinggi diharapkan mampu membangun tradisi yang kuat tentang keberadaan suatu perguruan tinggi di masyarakat, terutama sebagai pilihan (prioritas) siswa dalam menempuh pendidikan lanjutnya, dan tempat terpercaya bagi para klien dan mitra dalam melakukan konsultasi pemecahan masalah yang dihadapinya disamping untuk pertukaran informasi, serta pusat alih teknologi dan inovasi tepat guna. Hal ini menunjukkan keinginan perguruan tinggi melalui Humasnya menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat menembus dan membangun suatu lembaga pendidikan tinggi yang bertradisi kuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Humas Universitas Mataram sesuai dengan ciri Humas dan belum sepenuhnya melaksanakan fungsi Humas, karena belum didayagunakan untuk menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

2. Kecilnya peran Humas dalam kegiatan komunikasi publik di Universitas Mataram antara lain disebabkan karena kedudukan Humas hanyalah sebuah sub bagian di bawah Biro Administrasi Umum, sehingga ruang gerak Humas sangat terbatas sangat terbatas dalam melakukan komunikasi publik.
3. Untuk mendorong upaya peningkatan daya saing perguruan tinggi, dibutuhkan pengembangan komunikasi publik, baik internal maupun eksternal, di tingkat lokal, nasional dan internasional; dan sesuai dengan fungsinya Humas diharapkan dapat loebih berperan dalam mendukung perguruan tinggi menghadapi otonomi dan globalisasi.

Saran-saran

Beberapa hal yang dapat disarankan dalam upaya pengembangan Humas dalam menghadapi otonomi dan globalisasi adalah :

1. Memberikan peran yang lebih besar kepada Humas untuk melaksanakan fungsinya dengan meningkatkan kedudukan Humas, misalnya dalam bentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) Humas atau pun Satuan Tugas Humas, dengan otonomi untuk melaksanakan kegiatan komunikasi publik internal dan eksternal.
2. Melakukan langkah pengembangan Humas yang sistematis dan terpadu dalam pola **ROPE** (*Research, the setting of Objection, Programming and Evaluation*), baik dalam model dan cara penanganannya maupun program yang dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, Dja'far Husin., 1987. **Hubungan Masyarakat Dalam Praktek**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Effendi, Onong Uchyana., 1998. **Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis**. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hubeis, Musa., 1998. **Pengembangan Publik Relesen Efektif di Perguruan Tinggi**. Bulletin IPB Edisi Agustus 1998. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Moore, Frazier H., 1988. **Public Relation: Principles, Cases and Problems**. Richard D. Irwin, Inc.