

**PRESS RELEASE DAN CITRA PERGURUAN TINGGI**  
**(Analisis Isi *Press Release* Universitas Gadjah Mada**  
**di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun oleh:**

**Ismi Afrilla**  
**NIM: 06730008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2010**

**SURAT PERNYATAAN**

**ORISINALITAS SKRIPSI**  
**Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :  
**"PRESS RELEASE DAN CITRA PERGURUAN TINGGI**  
**(Analisis Isi *Press Release* Universitas Gadjah Mada di SKH Kedaulatan Rakyat**  
**periode 15 Januari – 15 Februari 2010)"**  
Merupakan karya ilmiah yang saya buat sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang telah  
saya sebutkan sumbernya.  
Demikian pernyataan ini saya buat guna mempertanggungjawabkan orisinalitas  
skripsi yang saya buat.

Yogyakarta, 23 November 2010  
Penulis



Ismi Afrilla  
06730008

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Hal : Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : ISMI AFRILLA  
NIM : 06730008  
Judul : Analisis Isi Press Release UGM di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010

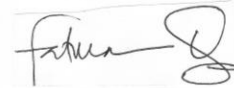
sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Jurusan/ Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera disidangkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 23 November 2010

Pembimbing,



Fatma Dian Pratiwi, M.Si.  
NIP. 19750307 200604 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN.02/DSH/PP.00.9/12556/2010

Skrripsi/Tugas Akhir dengan judul : PRESS RELEASE DAN CITRA PERGURUAN  
TINGGI (Analisis Isi Press Release Universitas Gadjah  
Mada di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari -  
15 Februari 2010)

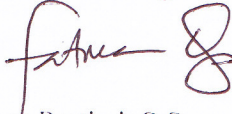
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ismi Afrilla  
Matrik : 06730008  
Hari dimunaqasyahkan pada : Jum'at, tanggal 26 Nopember 2010  
Nilai : A/B

yang dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

**SIDANG DEWAN MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang



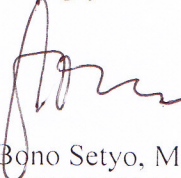
Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si  
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I



Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si  
NIP.19610816 199203 2 003

Penguji II



Drs. Bono Setyo, M.Si  
NIP.19690317 200801 1 013

Yogyakarta,

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dra. Hj. Susilaningih, M.A.  
NIP.19471127.196608 2 001

HALAMAN MOTTO

Alam Takambang Jadi Guru

**PERSEMBAHAN**

**SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK ALMAMATERKU**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**SERTA**

**KEPADA KEDUA ORANG TUAKU**

**MAMAKU “WALISMI” PAPAKU “KHAIRIL”**

**DAN ADIKKU “ABIL JIHAN”**

**YANG SELALU MENGIRINGI HIDUPKU DENGAN DO'A**

**DAN SELALU MEMBERIKAN CINTA, KASIH SAYANG**

**SERTA SEMUA YANG TERBAIK UNTUKKU**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي علم بالقلم علم الانسان ما لم يعلم . اشهد ان لا اله الا الله واشهد ان محمدا رسول الله . اللهم صل على محمد وعلى اله وصحبه اجمعين.

اما بعد.

Puji Syukur penulis haturkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat beserta Salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya kepada jalan yang lurus dan berilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan karena telah berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Disadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna. Sehingga saran dan kritik sangat penulis harapkan dari para pembaca. Meskipun begitu, penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang nantinya berminat untuk meneruskan dan mengembangkan penelitian ini. Penulis menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa motifasi, bantuan, bimbingan dan arahan dari orang tua dan berbagai pihak baik moril maupun materil, langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Drs. Hj. Susilaningih, MA.
2. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, Msi dan Dosen Pembimbing Ibu Fatma Dian Pratiwi, Msi. Dua orang ibu ini yang telah mengajarkan penulis arti dari *kesabaran* dan *saling pengertian*.
3. Mamaku “Walismi”, Papaku “Khairil” dan Adikku “Abil Jihan” yang selalu mengiringi hidupku dengan do’a dan selalu memberikan cinta, kasih sayang serta semua yang terbaik untukku.
4. Teman-teman Ikom ’06 dan semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut, semoga jasa dan amal baik mereka menjadi amal saleh dan mendapat pahala yang layak disisi Allah SWT.

Akhir kata, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penyusun sendiri dan pembaca sekalian. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Yogyakarta, 23 November 2010 M

Penyusun

Ismi Afrilla

06730008



## Abstraction

College is a the education institution at most getting attention of society. There is assorted of college of country and private sector with the quality nicely. Start from academy, college is till university of diploma program, master is till pasca master. In this time is 118 college in Yogyakarta with formulation: university counted 20, institution counted 5, college counted 32, academy counted 54 and polytechnic counted 7. To the number of colleges is such as have been formulated the generate emulation between colleges to draw the new student candidate to continue his education. That thing make the college work extra improving the him quality, with a purpose to be society look into the the college have the value more compared to is other college.

Besides, education world specially university, these days experience of the crisis that happened effect of various faced challenge so that can downhill of university image. Between two fires that university have to formulate again his identity or vision and his mission. University face the happening of " fragmentasi" science. Same thing is is also experienced of by Universitas Gadjah Mada ( UGM). To improve the repair university image don't only done in area formulation of vision and his mission, UGM also other efforts be like improving the publication and university quality. One of the publication medium UGM is press release in SKH Kedaulatan Rakyat period of 15 January - 15 Februari 2010. At this research, researcher wish to know tendency press release to image UGM.

Perception having taken steps to press release, researcher divide him become five unit analyse with each categorize that is activity, relationship, devotion, achievement and length press release. Hereinafter press release this will be analysed use the method content analysis or content analysis. In content analysis method analyse the data the used is coding or pengkodean to press release the by using two pengkodean ministrant besides researcher of itself. Data which have been obtained is then analysed determinable so that that unit analyse at press release can improve the image UGM in society eye.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
PRESEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Telaah Pustaka .....	7
F. Kerangka Pemikiran .....	10
G. Metode Penelitian .....	16
1. Jenis Penelitian .....	16
2. Metode Penelitian .....	17
3. Populasi dan sampel .....	18
4. Hipotesis .....	18
5. Teknik Pengumpulan Data .....	19
6. Unit Analisis .....	19
6. Definisi Konseptual .....	21
8. Definisi Operasional .....	22
9. Teknik Analisa Data .....	22
10. Reliabilitas .....	22
H. Sistematika Pembahasan .....	23
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Sejarah Universitas Gadjah Mada .....	25
B. Makna Lambang Universitas Gadjah Mada .....	31
C. Visi dan Misi Universitas Gadjah Mada .....	35
D. Organisasi Mahasiswa Universitas Gadjah Mada .....	37
E. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat .....	41
F. Pendidikan dan Pengajaran .....	45
G. Jenjang Program Pendidikan .....	48

<b>BAB III CITRA UNIVERSITAS GADJAH MADA DALAM <i>PRESS RELEASE</i> DI SKH KEDAULATAN RAKYAT</b>	
A. Uji Reliabilitas .....	50
B. Hasil Penelitian <i>Press Release</i> .....	57
1. Unit Analisis Kegiatan .....	57
2. Analisis <i>Relationship</i> .....	59
3. Unit Analisis Pengabdian .....	61
4. Unit Analisis Prestasi .....	62
5. Unit Analisis Panjang <i>Panjang Press Release</i> .....	63
C. Hasil Penelitian <i>Press Release</i> di SKH Kedaulatan Rakyat dan Citra Universitas Gadjah Mada .....	65
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Pembentukan Citra

halaman 15



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Unit Analisis	halaman 23
Tabel 2. Uji Reliabilitas Kategori Kegiatan	halaman 53
Tabel 3. Uji Reliabilitas Kategori <i>Relationship</i>	halaman 54
Tabel 4. Uji Reliabilitas Kategori Pengabdian	halaman 55
Tabel 5. Uji Reliabilitas Kategori Prestasi	halaman 56
Tabel 6. Uji Reliabilitas Kategori Panjang <i>Press release</i>	halaman 57
Tabel 7. Unit Analisis Kegiatan	halaman 59
Tabel 8. Unit Analisis <i>Relationship</i>	halaman 60
Tabel 9. Unit Analisis Pengabdian	halaman 62
Tabel 10. Unit Analisis Prestasi	halaman 63
Tabel 11. Unit Analisis Panjang <i>Press release</i>	halaman 65
Table 12. Silang antara <i>Press Release</i> dan Citra	halaman 83

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, dewasa ini mengalami krisis yang terjadi akibat berbagai tantangan yang dihadapi. Dalam krisis itu perguruan tinggi harus merumuskan kembali identitasnya atau visi dan misinya. Perguruan tinggi menghadapi terjadinya “fragmentasi” ilmu pengetahuan. Kebudayaan kita dewasa ini ditandai dengan berlipat-gandanya ilmu pengetahuan dan keterampilan. Akibat dari cepatnya perkembangan ilmu tersebut membuat ilmu pengetahuan menjadi cepat basi dan adanya keharusan ilmuwan untuk terus memperbaharui ilmunya. Ini berarti pula kebutuhan belajar seumur hidup dan kemampuan mengasimilasi pengetahuan terus menerus.

Perguruan tinggi merupakan sebuah institusi pendidikan yang paling banyak mendapat perhatian dari masyarakat. Ada berbagai macam perguruan tinggi negeri dan swasta dengan kualitas yang bagus. Mulai dari akademi, sekolah tinggi hingga universitas dari program diploma, sarjana hingga pasca sarjana. Saat ini ada 118 perguruan tinggi di Yogyakarta dengan penjabaran: universitas sebanyak 20 buah, institusi sebanyak 5 buah, sekolah tinggi sebanyak 32 buah, akademi sebanyak 54 buah dan politeknik sebanyak 7 buah (Kopertis DIY tahun 2004 dalam Dian Kusumaningrum hal 3)



Banyaknya perguruan tinggi seperti yang telah dijabarkan tadi menimbulkan persaingan antara perguruan tinggi untuk menarik calon mahasiswa baru yang akan meneruskan pendidikannya. Hal itu membuat perguruan tinggi bekerja ekstra meningkatkan kualitasnya, dengan tujuan agar masyarakat memandang perguruan tinggi tersebut memiliki nilai lebih dibanding perguruan tinggi lainnya. Kegiatan publikasi dan promosi di semua media baik elektronik maupun media cetak seperti *press release* ditingkatkan untuk membentuk persepsi masyarakat. Karena untuk mengetahui citra perguruan tinggi bisa dilihat dari persepsi masyarakat terhadap perguruan tinggi tersebut. Kedua hal tersebut merupakan strategi perguruan tinggi agar masyarakat mengenal perguruan tinggi tersebut lebih jauh dan memiliki animo yang tinggi untuk meneruskan pendidikan di perguruan tinggi tersebut. Tidak mengherankan jika ketetapan strategi yang diterapkan beberapa perguruan tinggi tersebut mampu menarik animo masyarakat yang tinggi.

Selain beberapa faktor di atas, penyebab tinggi rendahnya animo masyarakat terhadap sebuah perguruan tinggi juga ditentukan oleh pertama, *image* atau citra perguruan tinggi. Contohnya Universitas Gadjah Mada (UGM) yang telah dikenal masyarakat sebagai salah satu universitas negeri terbaik dan tertua di Yogyakarta masih menjadi favorit. Walaupun ada sedikit penurunan animo dikarenakan adanya kendala tingginya biaya pendidikan (Dian Kusumaningrum hal 3). Dilihat dari kasus tersebut, naik turunnya animo

masyarakat karena masyarakat memandang pendidikan perguruan tinggi merupakan kebutuhan yang bersifat eksklusif.

Beragam pendidikan tinggi yang ada di Yogyakarta membuat masyarakat membutuhkan informasi yang valid dan *up to date* tentang segala sesuatu yang terkait dengan masalah pendidikan. Misalnya, informasi tentang penerimaan mahasiswa baru, kualitas, fasilitas dan pelayanan tentang pendidikan di sebuah perguruan tinggi bahkan hasil penelitian yang dilakukan oleh sebuah universitas. Kebutuhan masyarakat tersebut dapat dipenuhi oleh media salah satunya melalui *press release*. Media memiliki fungsi selain sebagai kontrol sosial, mendidik, hiburan dan mempengaruhi sekaligus media komunikasi politik, media juga berfungsi sebagai sumber informasi atau publikasi. Penyampaian warisan sosial merupakan suatu fungsi dimana media menyampaikan informasi, nilai dan norma dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Universitas di Yogyakarta juga sangat membutuhkan media sebagai partner yang menguntungkan untuk menyebarluaskan informasi-informasi agar diketahui oleh masyarakat. Di sisi lain media juga diuntungkan, mereka berlomba-lomba untuk menyuguhkan informasi yang valid dan *up to date* bagi masyarakat.

Terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan informasi tersebut oleh media menjadikan media sebagai elemen promosi yang bisa diandalkan. Media memberikan informasi kepada masyarakat dan masyarakat akan bergantung

kepada media untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Saling ketergantungan tersebut menimbulkan simbiosis mutualisme atau hubungan yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak. Pada dasarnya hubungan semacam itu dapat bersifat timbal-balik dan seimbang tetapi dalam kenyataannya kontak yang berlangsung kebanyakan dikendalikan dan diarahkan oleh media, karena khalayak terpisah-pisah dan kurang diorganisasi, serta organisasi media kurang memiliki kekuasaan dalam proses pengambilan keputusan. Di lain pihak, keadaan ini memperbesar kemungkinan ketergantungan media terhadap institusi lainnya dalam masyarakat, seiring dengan kenyataan tersebut, publik pun menjadi tergantung kepada media dan bukan mengendalikannya. Perlu disadari bahwa beberapa institusi, selalu berusaha dengan berbagai cara untuk menyatakan dan mewakili kepentingan publik. Bentuk kontrol semacam itu tidak mudah digambarkan karena konsekuensinya tidak sama pada semua masyarakat.

Media massa diyakini dapat menggambarkan realitas sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Meskipun untuk itu, informasi atau pesan yang ditampilkannya, sebagaimana dapat dibaca di surat kabar atau majalah, didengarkan di radio, dilihat di televisi atau internet telah melalui suatu saringan (*filter*) dan seleksi dari pengelola media itu untuk berbagai kepentingannya, misalnya untuk kepentingan bisnis atau ekonomi, kekuasaan atau politik, pembentukan opini publik, hiburan (*entertainment*) hingga pendidikan. Media massa adalah satu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak dan elektronik,

sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Adapun bentuk media massa, secara garis besar terdapat dua jenis, yaitu: media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti koran, majalah dan tabloid sedangkan media elektronik adalah seperti televisi, radio dan elektronik. Yogyakarta sebagai kota pendidikan, hampir sebagian besar media cetak lokal di Yogyakarta memiliki *press release* pendidikan sendiri yang bertujuan untuk mencukupi informasi yang dibutuhkan masyarakat mengenai pendidikan atau dengan kata lain distribusi informasi. Selain untuk distribusi informasi, *press release* juga digunakan untuk media publikasi bagi perguruan tinggi. *Press release* ini juga digunakan oleh UGM sebagai media publikasi dan komunikasi dengan masyarakat sebagaimana telah disebut di atas.

Dilihat dari definisinya, *press release* merupakan salah satu hasil karya public relations. *Press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh public relations suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan (Soleh Soemirat, 2005: 54). Thomas Bivins dalam buku *Handbook for Public Relations Writing* menyebutkan bahwa *press release* adalah informasi yang disiarkan untuk pers, biasanya media massa cetak (dalam Soleh Soemirat, 2005: 54).

*Press release* memang masih mendapat tempat yang sedikit dalam sajian media tapi pengaruhnya sangat menarik untuk dikaji. Karena permintaan akan *press release* berasal dari berbagai tempat yang tersebar. Permintaan tersebut berlangsung terus-menerus dan berkesinambungan. Hal yang mendorong

orang untuk memetik informasi dari *press release* adalah adanya imbalan personal yang muncul karena kepuasan setelah mengetahui informasi menarik dan bermanfaat mengenai hal-hal dalam pendidikan yang mereka butuhkan. Terlepas dari masalah pengadaan institusional dan kualitas *press release*, penelitian juga menjelaskan beberapa hal penting seperti mengetahui manfaat *press release* bagi perguruan tinggi dan kian meningkatnya peran media cetak dalam menyajikan informasi secara berkesinambungan.

Berdasarkan paparan di atas, surat kabar dalam peranannya sebagai media yang memberikan informasi mempunyai peran yang strategis untuk menjembatani masyarakat dengan setiap perangkat-perangkat pendidikan seperti public relations perguruan tinggi yang menghasilkan *press release*. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah media cetak berupa Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat atau disingkat dengan SKH Kedaulatan Rakyat.

Alasan pemilihan media cetak tersebut karena SKH Kedaulatan Rakyat merupakan koran lokal terbesar yang ada di Yogyakarta yang berisi *press release* dari berbagai public relations perguruan tinggi. Dengan adanya *press release* ini maka masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai pendidikan dapat langsung menemukannya di SKH Kedaulatan Rakyat. Alasan memilih *press release* UGM adalah untuk mengetahui bagaimana *press release* tersebut dapat meningkatkan citra UGM. Selain itu adanya *press release* tersebut menunjukkan bahwa topik yang dibahas cukup penting sesuai dengan slogan

“Yogyakarta sebagai Kota Pendidikan”, sehingga membutuhkan pembahasan yang komprehensif.

## **B. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang yang dikemukakan di atas, maka sesungguhnya *Press Release* Universitas Gadjah Mada di SKH Kedaulatan Rakyat menjadi layak untuk diteliti. Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah **“Bagaimana kecenderungan pencitraan Universitas Gadjah Mada dalam *press release* di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010?”**

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui kecenderungan pencitraan Universitas Gadjah Mada dalam *press release* di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat secara Teoritis**

- a. Memberikan pengetahuan mengenai pencitraan pada media yang berkaitan dengan *press release*.
- b. Memperkaya kajian teori ilmu komunikasi khususnya teknik analisis isi dengan metode deskriptif kuantitatif.
- c. Penelitian ini diharapkan memberi sumbangan bagi kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi massa yang berhubungan dengan penyampaian pesan pada khalayak, berupa *press release* di media massa.



## **2. Manfaat secara Praktis**

Untuk mengetahui bagaimana citra Universitas Gadjah Mada terbangun di media massa.

### **E. Telaah Pustaka**

Terkait dengan penelitian Analisis isi *Press Release* Universitas Gadjah Mada di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010, sebelumnya peneliti akan menjelaskan bahwa ada beberapa peneliti yang meneliti hal yang sama mengenai analisis isi. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dian Kusumaningrum (2006). Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Veteran Yogyakarta, dengan judul ”Analisis Isi tentang Pemberitaan Kantor Pos Besar Yogyakarta di SKH Kedaulatan Rakyat.” Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pemberitaan pencitraan kantor pos dalam pemberitaan di SKH Kedaulatan Rakyat tersebut berhasil. Hal ini berhasil karena kriteria-kriteria yang telah dirumuskan pada pemberitaan seperti, jenis berita yang disampaikan bersifat *straight news*, sifat berita yang disampaikan bersifat informatif, dan kecenderungan berita yang positif.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Dian adalah sama-sama meneliti tentang citra suatu perusahaan atau lembaga pendidikan dengan menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian dan objek penelitian. Dian memfokuskan penelitiannya pada pemberitaan dengan

objek penelitian yaitu Kantor Pos Besar Yogyakarta sedangkan peneliti memfokuskan penelitian pada *press release* dengan objek penelitian Universitas Gadjah Mada.

Kedua adalah skripsi yang ditulis oleh Isnawijayani (2009) mahasiswa dari jurusan ilmu komunikasi, Universitas Baturaja Sumatera Selatan dengan judul “Citra Film Ayat-ayat Cinta dalam Memasyarakatkan Pendidikan Islam” (dalam jurnal Pembangunan Manusia vol. 7 No. 1 Tahun 2009). Berdasarkan penelitian yang dilakukan, film Ayat-ayat Cinta berhasil membentuk citra positif dalam memasyarakatkan pendidikan Islam melalui bahasa dan busana yang digunakan, gerak yang dilakukan, tempat dan suasana pelaksanaan.

Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Isnawijayani adalah sama-sama meneliti tentang citra, baik dari segi pembentukan citra, hal-hal yang mempengaruhi citra dan sama – sama menggunakan metode analisis isi. Sedangkan perbedaan penelitian adalah terletak pada fokus dan objek penelitian serta pendekatan yang digunakan. Fokus dan objek penelitian yang dilakukan oleh Isnawijayani adalah film Ayat – ayat Cinta dengan objek Pendidikan Islam sedangkan fokus dan objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah *press release* dengan objek Universitas Gadjah Mada. Perbedaan ke dua antara peneliti dengan Isnawijayani adalah pendekatan yang digunakan. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif sedangkan pendekatan yang digunakan oleh Isnawijayani adalah pendekatan kualitatif.

Ketiga adalah skripsi yang ditulis oleh Nurliana Sari (2009) mahasiswi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, yang berjudul “Strategi Humas Rumah Sakit Islam Klaten dalam Membentuk Citra Pelayanan Kesehatan”. Kesamaan dengan peneliti yaitu sama-sama ingin mengetahui citra yang terbentuk dari suatu institusi. Pada skripsi ini Nurliana Sari ingin mengetahui citra Rumah Sakit Islam Klaten yang terbentuk dari pelayanan kesehatannya sedangkan peneliti ingin mengetahui citra UGM yang terbentuk dari *press releasenya*.

Ada beberapa perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurliana Sari dengan peneliti, yaitu terletak pada metode penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan dan analisa data. Metode penelitian yang dilakukan oleh Nurliana Sari adalah deskriptif kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi. Yang menjadi subjek dan objek pada penelitian Nurliana Sari adalah Rumah Sakit Islam Klaten dan Strategi humas Rumah Sakit Islam Klaten dalam usaha membentuk citra pelayana kesehatan dan yang menjadi subjek dan objek peneliti adalah UGM dan *press release* UGM di SKH Kedaulatan Rakyat dalam meningkatkan citra. Wawancara dan observasi menjadi metode pengumpulan data Nurliana Sari sedangkan peneliti menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka.

Pada penelitian ini Nurliana Sari berkesimpulan bahwa strategi Humas yang dijalankan Rumah Sakit Islam Klaten dapat membentuk citra positif di mata masyarakat melalui program tindakan seperti survey kepuasan pelanggan.

Keempat, yaitu skripsi yang ditulis oleh Reza Afriadi (2010) mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Strategi Humas Polda DIY untuk membentuk Citra Positif Polisi”. Kesamaan penelitian yaitu ingin mengetahui citra yang terbentuk pada suatu instansi, Reza Afriadi ingin mengetahui citra positif polisi yang terbentuk dari strategi humas sedangkan peneliti ingin mengetahui citra UGM yang terbentuk dari *press releasenya*.

Perbedaan yang terletak pada penelitian Reza Afriadi dengan peneliti sendiri adalah Reza Afriadi menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan peneliti menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi. Yang menjadi subjek dan objek penelitian Reza Afriadi adalah Humas Polda DIY dan Strategi yang dijalankan Humas Polda DIY untuk membentuk citra positif polisi dan yang menjadi subjek dan objek peneliti adalah UGM dan *press release* UGM di SKH Kedaulatan Rakyat dalam meningkatkan citra. Pattern Matching adalah metode analisa data yang digunakan Reza Afriadi dalam penelitiannya dan peneliti sendiri menggunakan metode *coding* atau pengkodean data.

Pada penelitian ini Reza Afriadi berkesimpulan bahwa dalam membentuk citra positif polisi dilakukan melalui beberapa bidang seperti bidang penegakan hukum, bidang pelayanan lintas, bidang rekrutment anggota, bidang samapta, bidang reserse, bidang intelkan dan bidang manajemen administrasi.

## F. Kerangka Pemikiran

### 1. Citra

Citra dalam bahasa Inggris disebut juga dengan *image*. Beberapa tokoh yang mendefinisikan citra secara umum atau lebih kepada definisi citra secara individual, sebagai berikut:

- a. G. Sach dalam karyanya *The Extent and Intention of Public Relations Informations Activities*, pengertian citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda.
- b. Philip Henslowe dalam bukunya *The Art and Science of Public Relations vol. 3: The Basics of Public Relations; a Practical Guide* mendefinisikan citra sebagai kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman akan fakta mengenai masyarakat, benda-benda atau situasi-situasi.

Ada juga beberapa tokoh yang mendefinisikan citra secara lebih spesifik seperti citra perusahaan, sebagai berikut:

- a. Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Techniques*, mengatakan bahwa kesan dari suatu organisasi didasarkan pada pengetahuan suatu pengalaman.
- b. Donal K. Robert (dalam Rahmat, 2007: 223) menyebutkan citra adalah representasi oleh siapapun yang telah memproses, mengorganisir dan menyimpan dari keseluruhan informasi tentang dunia.

Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir komunal pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Realitas didapatkan dari media massa atau media - media lain yang berhubungan langsung dengan publik, bisa dianggap mewakili persepsi yang lebih besar yakni seluruh masyarakat. Dengan begitu satu hal yang perlu untuk dipahami sehubungan dengan terbentuknya sebuah citra perusahaan adalah adanya persepsi yang berkembang dalam benak publik terhadap realitas yang muncul dalam media. Menurut Kotler, persepsi didefinisikan sebagai sebuah proses dimana seseorang melakukan seleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi – informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar yang memiliki arti (dalam Wasesa, 2005: 13). Kotler juga membagi proses seleksi ketika orang mempersepsikan sesuatu menjadi tiga bagian, yaitu:

- a. *Selective attention*, dimana seseorang akan mempersepsikan sesuatu berdasarkan perhatiannya. Hal ini dapat terjadi mengingat banyak informasi yang diterima pada saat bersamaan. Jika public relations tidak menggunakan jalur media massa, maka public relations harus membuat *event-event* yang mampu menarik perhatian target *audience* dan harus dipikirkan pula bagaimana pola penyaluran informasi yang efektif melalui *event* tersebut.
- b. *Selective distortion*, dimana ada kecenderungan seseorang untuk memilah-milah informasi berdasarkan kepentingan pribadinya dan menterjemahkan



informasi berdasarkan pola pikir sebelumnya yang berkaitan dengan informasi tersebut. Distorsi inilah yang pada tingkat tertentu menimbulkan krisis citra di bidang public relations. Praktisi public relations harus mampu memahami kemungkinan-kemungkinan terjadinya distorsi pada saat mengirimkan informasi-informasi pada target *audience*.

- c. *Selective retentions*, dimana seseorang akan mudah mengingat informasi yang diberikan secara berulang-ulang. Dengan kreativitas public relations, pesan yang disampaikan secara berulang-ulang tidak terlihat sama dan membosankan.

Dengan demikian, citra yang terbentuk akan sepenuhnya ditentukan oleh bagaimana public relations membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi. Pentingnya citra menjadi perhatian yang utama bagi setiap perusahaan. Ada lima jenis citra menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1996: 17-19), yaitu:

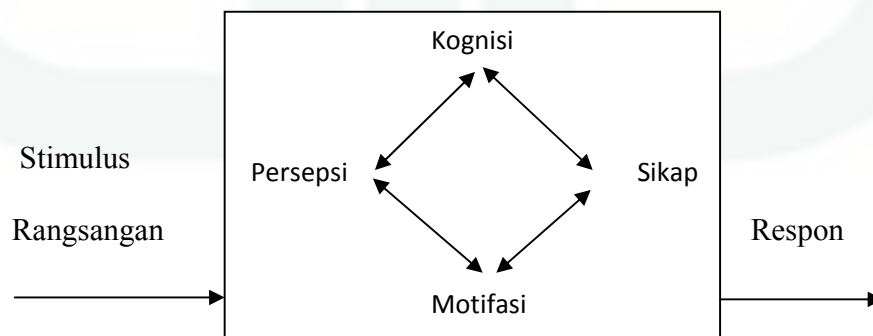
- a. Citra bayangan (*mirror image*) adalah citra yang dianut oleh individu tanpa melihat pandangan luar organisasinya. Citra ini biasanya melekat pada pimpinan organisasi tersebut dan cenderung bersifat positif karena kurangnya informasi yang dimiliki kalangan dalam organisasi.
- b. Citra yang berlaku (*current image*) merupakan suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Pada citra yang berlaku mempunyai kecenderungan yang negatif.

- c. Citra harapan (*wish image*) merupakan suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen dan biasanya citra harapan ini lebih baik atau lebih menyenangkan dari citra yang ada. Citra harapan ini biasanya dirumuskan dan diperjuang untuk menyambut sesuatu yang relatif baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai.
- d. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja.
- e. Citra majemuk (*multiple image*) merupakan citra yang dimiliki oleh tiap-tiap anggota dari organisasi, sehingga secara sengaja ataupun tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

## 2. Proses Pembentukan Citra

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh S Nimpoeno (dalam Soemirat & Ardianto, 2003: 115) sebagai berikut:

Gambar 1  
Model Pembentukan Citra  
Pengalaman Mengenai Stimulus



Dari model pembentukan citra di atas dapat digambarkan bahwa public relations sebagai *input-output*, proses intern di model ini pembentukan citra. Sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Empat komponen tersebut dapat dijelaskan artinya dalam proses pembentukan citra (dalam Soemirat & Ardianto, 2003: 116), yaitu:

- a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan. Kemampuan mempersepsilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.
- b. Kognisi, suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi – informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- b. Motif, merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
- c. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu.

Melalui proses pembentuka citra akan diketahui bagaimana citra dari suatu organisasi, sehingga organisasi dapat mengetahui bagaimana sikap dari publiknya. Selain itu, kepercayaan yang diberikan oleh individu tersebut akan membentuk opini publik yang lebih luas, hal tersebut adalah citra (*image*). Pembentukan citra organisasi akan berpengaruh terhadap kepercayaan publik karena pada akhirnya menghasilkan sikap, pendapat perilaku tertentu kepada organisasi itu. Selanjutnya organisasi dapat mengambil tindakan dan langkah – langkah yang akan dilakukan.

### **3. Media dan Citra Organisasi**

Sebuah instansi, organisasi maupun lembaga dalam mengambil sebuah kebijakan tak terlepas dari salah satu kegiatan monitoring arus publikasi pemberitaan di media massa. Hal ini memicu untuk pihak organisasi maupun lembaga yang bersangkutan untuk menjaga baik hubungannya dengan pihak media, baik itu para redaktur, reporter, penulis, editorial, juru kamera, kolumnis dan para penyiar (Moore, 2004: 193).

Apabila terselenggara hubungan yang baik antara organisasi dengan media maka dari komunikasi yang terjalin akan menumbuhkan saling pengertian, dan pada akhirnya organisasi akan mendapat dukungan dari masyarakat luar. Pembentukan citra itu tidak terlepas dari bagaimana konstruksi persepsi masyarakat yang terbangun terhadap eksistensi organisasi yang terkait.

Mengingat tidak setiap saat organisasi bersentuhan langsung dengan masyarakat atau tidak setiap kegiatan atau kebijakan organisasi dapat diketahui

masyarakat maka perlu dipilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan kegiatan maupun kebijakan organisasi dalam pembentukan citra. Salah satu media yang tepat adalah media massa.

Media massa mampu membangun opini publik atas isu yang diangkat. Peran media massa sangatlah besar dalam mengkomunikasikan sebuah isu, bisa mempertajam isu hingga menyebabkan sebuah organisasi menuju ke situasi kritis. Media juga bisa berperan sebagai pereda krisis bahkan memberikan solusi atas krisis yang terjadi.

#### **4. Pembentukan Citra melalui *Press Release***

Seperti yang telah disinggung pada halaman sebelumnya, Soleh Soemirat dalam bukunya “Dasar – Dasar Public Relations” mendefinisikan *press release* sebagai informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh public relations (Humas) suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (tv, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Melihat dari defenisi di atas, maka kita dapat menarik kesimpulan bahwa *press release* merupakan sebuah berita.

Menurut Halberstam (dalam Abrar, 1995: 10) fungsi utama pemberitaan bukanlah untuk memperingatkan, menginstruksikan, dan membuat khalayak tercengang tetapi memberitahu. Setelah memberitahu, tergantung bagaimana khalayak secara aktif memanfaatkan berita. Namun demikian, ketika berita hanya berhenti pada tataran memberitahu saja, berita tersebut tidak bermanfaat bagi khalayak sehingga perlu diusahakan agar berita tersebut

memiliki pengetahuan umum. Sama halnya dengan *press release*, public relations harus mengusahakan *press release* yang dapat memberikan manfaat bagi khalayak.

Melalui berita dan *press release*, kehadiran media massa mampu membentuk dan membangun opini publik. Media dianggap sebagai salah satu kekuatan yang mampu merintis perubahan, namun pada kenyataannya belum sepenuhnya terlepas dari berbagai kepentingan. Padahal pembentukan citra berada di tangan media. Hal ini kembali lagi kepada khalayak, bagaimana mereka merespon citra yang terbangun.

## **G. Metode Penelitian**

Setiap penelitian pasti menggunakan metode, metode berguna untuk memudahkan sebuah penelitian yang akan dilakukan dan untuk memfokuskan kajian pada penelitian tersebut.

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah mencari atau memperoleh data dengan tujuan tertentu dengan cara yang ilmiah. Cara yang ilmiah adalah cara yang digunakan sehingga menghasilkan data yang objektif, valid dan *reliabel* untuk digunakan sebagai landasan penelitian berikutnya.

Pada pelaksanaannya penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik *content analysis* atau analisis isi. Jenis penelitian analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang



disampaikan dalam bentuk lambang dan dapat digunakan untuk menganalisa semua bentuk komunikasi pada berita dan *press release*.

Analisis isi (Krippendorff, 1993: 12) adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi – inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan dan tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Penelitian ini mengamati kecenderungan pencitraan Universitas Gadjah Mada dalam *press release* di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan teknik *content analysis* atau analisis isi, yang hanyalah memaparkan situasi atau keadaan. Menurut Barelson (dalam Soewardi, 1993: 161) penelitian mengenai isi pesan media atau analisis isi baru dapat dikatakan memenuhi persyaratan ilmiah, jika:

- a. Objektif, artinya kategori yang diinginkan dalam analisis haruslah diberi batasan yang tepat. Objektifitas bisa diartikan juga jika kategori tersebut digunakan oleh orang lain untuk melakukan analisis yang sama dan akan menghasilkan jawaban atau kesimpulan yang sama pula.
- b. Sistematis, artinya pilihan isi pesan yang akan dianalisis harus mendasarkan pada perencanaan format yang telah ditentukan sebelumnya.
- b. Kuantitatif, artinya bahwa hasil dari analisis bisa dituangkan dalam angka-angka.

Konsep dasar analisis isi (Krippendorff, 1993: 23) adalah:

- a. Data.
- b. Konteks data.
- c. Bagaimana konteks analisis membatasi realitasnya.
- d. Target analisis isi.
- e. Informasi sebagai tugas intelektual kesahihan sebagai kriteria akhir keberhasilan.

### **3. Populasi dan Sampel**

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Kriyantono, 2007: 149). Pada penelitian yang mengambil judul “Analisis Isi *Press Release* Universitas Gadjah Mada di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010” ini yang menjadi populasi adalah seluruh *press release* yang di SKH Kedaulatan Rakyat periode bulan Januari – Februari 2010.

#### b. Sampel

Sedangkan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah *press release* UGM yang ada di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010.

#### **4. Hipotesis**

Agar penelitian ini dapat terarah dan sesuai dengan yang diharapkan, maka dalam penelitian peneliti merumuskan hipotesis yaitu “ Ada pengaruh *press release* Universitas Gadjah Mada di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010 terhadap citra universitas”.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data dengan cara ini dimaksudkan untuk mencari data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu data primer yang berasal dari *press release* pada SKH Kedaulatan Rakyat yang berkaitan dengan Universitas Gadjah Mada. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan *press release* yang sesuai lingkup permasalahan yang akan diteliti.

##### **b. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan sumber data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi yang berkaitan dengan masalah penelitian sehingga dapat mendukung dalam pelaksanaan penelitian.

## 6. Unit Analisis

Tabel 1  
Unit Analisis dan Kategori

No	Unit Analisis	Kategori
1	Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Seminar</li><li>b. Try Out</li><li>c. Sosialisasi pendidikan</li><li>d. Perlombaan</li><li>e. Kuliah umum</li><li>f. Kegiatan Aksi</li><li>g. Pemilihan Presiden Mahasiswa</li></ul>
2	<i>Relations Ship</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Kunjungan Mahasiswa Luar/Asing</li><li>b. Kunjungan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB)</li><li>c. Kunjungan ke SKH Kedaulatan Rakyat</li><li>d. Kerjasama dengan Solidaritas Istri Kabinet Indonesia Bersatu (SIKIB)</li><li>e. Bekerjasama dengan Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University (AYSPS GSU)</li><li>f. Kunjungan Anggota Gedung Putih</li><li>g. Pertemuan Persatuan Orangtua Mahasiswa Psikologi (POTMAPSI)</li></ul>

3	Pengabdian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kontribusi untuk pembangunan daerah</li> <li>b. Bantuan kursi roda untuk Sumatera Barat</li> <li>c. Sistem pembelajaran untuk desa</li> </ul>
4	Prestasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Terpilih sebagai mitra WIO CHAIRS</li> <li>b. Peringkat 8 dunia Webometrics</li> <li>c. Peluncuran nama baru Reksadana</li> </ul>
5	Panjang <i>Press Release</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. &lt; 3 paragraph</li> <li>b. 3 paragraph</li> <li>c. &gt; 3 paragraph</li> </ul>

## 7. Definisi Konseptual

### a. *Press release*

1. *Press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh divisi humas atau *public relations* suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan (Soleh Soemirat, 2005: 54).
2. Thomas Bivins dalam buku *Handbook for Public Relations Writing* menyebutkan bahwa *press release* adalah informasi yang disiarkan untuk pers, biasanya media massa cetak (dalam Soleh Soemirat, 2005: 54).

3. *Press release* dirancang untuk memberikan informasi kepada wartawan mengenai suatu produk atau acara khusus yang menyangkut perusahaan atau produk anda yang dianggap patut diketahui oleh publik (Bob Julius Onggo, 2004 : 151)

#### **b. Citra**

1. G. Sach dalam karyanya *The Extent and Intention of Public Relations Informations Activities*, pengertian citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda.
2. Philip Henslowe dalam bukunya *The Art and Science of Public Relations vol. 3: The Basics of Public Relations; a Practical Guide* mendefinisikan citra sebagai kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman akan fakta mengenai masyarakat, benda-benda atau situasi-situasi.
3. Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Techniques*, mengatakan bahwa kesan dari suatu organisasi didasarkan pada pengetahuan suatu pengalaman.
4. Donal K. Robert (dalam Rahmat, 2007: 223) menyebutkan citra adalah representasi oleh siapapun yang telah memproses, mengorganisir dan menyimpan dari keseluruhan informasi tentang dunia.



## 8. Definisi Operasional

### a. *Press release*

Seperti yang telah dibahas di atas bahwa *press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh public relations suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan (Soleh Soemirat, 2005: 54). Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan tentang *press release* UGM yang dimuat di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari hingga 15 Februari 2010. *Press release* ini akan diteliti menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi. Pada tahap awal peneliti akan menentukan unit analisis berdasarkan hasil pengamatan dari *press release*, dan unit analisis inilah kemudian yang akan diteliti selanjutnya melalui pengkodean data.

### b. Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman akan fakta mengenai masyarakat, benda-benda atau situasi-situasi. Pada penelitian ini, peneliti akan mengamati tentang pembentukan citra UGM berdasarkan *press release* yang dimuat di SKH Kedaulatan Rakyat Periode 15 Januari – 15 Februari 2010. Dengan kata lain peneliti ingin mengetahui bagaimana *press release* yang dimuat di SKH Kedaulatan Rakyat membentuk citra UGM di mata masyarakat.

## 9. Teknik Analisa Data

Coding adalah suatu proses dimana data mentah secara sistematis ditransformasikan kepada unit – unit yang memungkinkan untuk membuat deskripsi karakteristik isi yang relevan. Pengelolaan data sheet (*coding sheet*) berupa kegiatan pencatatan yang sesuai dengan desain kerja. Caranya adalah dengan mencatat lambang – lambang atau pesan secara sistematis untuk kemudian diberi interpretasi. Hasil dari pencatatan tersebut harus memenuhi reliabilitas. Teknik analisa data yang digunakan dalam mengolah data dari *coding sheet* kemudian dianalisa untuk mendapatkan jawaban pertanyaan pada rumusan masalah.

## 10. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas pada dasarnya merupakan ukuran kapasitas data – data yang digunakan dalam proses penelitian untuk memenuhi tingkat objektivitas. Untuk melakukan uji reliabilitas atau mengukur reliabilitas dalam penelitian ini digunakan rumus:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

CR : *Cooficient Reliability*

M : Jumlah pernyataan yang disetujui pengkoding

N1 : Pengkoding 1 (Peneliti)

N2 : Pengkoding 2 (Pengkoding yang ditunjuk oleh peneliti)

## H. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka menyuguhkan masalah-masalah penelitian dan analisisnya, maka peneliti berusaha menyajikan hasil karya ini dengan urutan sistematis dan teratur. Adapun penyajian ini dilakukan dalam empat bab pembahasan, yang akan diuraikan seperti di bawah ini:

Pada bab pertama, yaitu pendahuluan yang mencakup gambaran isi seluruh skripsi. Adapun sub bahasannya adalah sebagai berikut: latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Karena sebagai dasar dan fokus yang akan mengarahkan dan mengendalikan penelitian ini, maka sub bahasan ini diletakkan pada bab satu.

Pada bab ke dua, sebelum langsung pada pokok penelitian ada baiknya disajikan tentang gambaran umum objek dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Universitas Gadjah Mada, maka akan dibahas mengenai *company profile* Universitas Gadjah Mada itu sendiri, seperti sejarah berdiri dan visi misi.

Pada bab ke tiga inilah akan dijawab rumusan masalah penelitian. Akan dibahas kecenderungan pencitraan Universitas Gadjah Mada dalam *press release* di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010.

Pada bab ke empat adalah tempat memberikan kesimpulan akhir serta saran-saran sebagai masukan lebih lanjut setelah dilakukan penelitian.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Press release* UGM di SKH Kedaulatan Rakyat periode 15 Januari – 15 Februari 2010, cenderung meningkatkan citra UGM. *Press release* yang dimuat di SKH Kedaulatan Rakyat memunculkan hal-hal yang bagus mengenai UGM seperti UGM selalu aktif dalam melaksanakan kegiatan seminar dan try out dengan koordinasi yang baik seperti pada *press release* tanggal 21, 22 dan 23 Januari 2010.
2. *Press release* juga memunculkan keberhasilan UGM menjalin kerjasama dengan berbagai institusi seperti SKH Kedaulatan Rakyat, hal ini dibuktikan dengan tingginya persentase kerjasama yaitu 38,4%. Keuntungan bagi UGM karena keberhasilan menjalin kerja sama dengan SKH Kedaulatan Rakyat adalah ketersediaan ruang dalam media untuk *press release* UGM yang banyak. Semakin banyak ketersediaan ruang untuk *press release* UGM maka semakin banyak pula informasi yang bisa dipublikasikan UGM kepada masyarakat.
3. Keberhasilan UGM tidak hanya pada bidang kerjasama, tapi juga pada bidang prestasi, seperti pada *press release* tanggal 13 Februari 2010 “UGM Pertahankan Peringkat Webometrics”. *Press release* ini menyebutkan bahwa UGM kembali menempati peringkat 8 perguruan tinggi terbaik dunia dan

peringkat 1 nasional. *Press release* ini sangat berdampak baik bagi peningkatan citra UGM. *Press release* lain tidak hanya memuat tentang keberhasilan UGM dalam meningkatkan kualitas universitas tapi juga memuat tentang kepedulian UGM terhadap masyarakat. *Press release* tanggal 29 Januari 2010, menyebutkan bahwa kepedulian UGM terhadap masyarakat adalah suatu hal yang diharuskan bagi para mahasiswa dan lulusan UGM. Karena hal itu sudah tertuang pada visi-visi UGM sejak lama. Visi UGM yaitu mensejahterakan masyarakat dengan cara transformasi ilmu dan sosialisasi hasil penelitian yang bermanfaat bagi masyarakat. Misalnya, memberikan dampingan kepada masyarakat dalam melaksanakan pertanian dan peternakan.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah, maka peneliti ingin mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Citra UGM yang tergambar di media, seharusnya dapat dijadikan cermin bagi lembaga lain seperti UIN Sunan Kalijaga. Agar bisa mengambil kebijakan yang tepat dalam menjalin *relationship* dengan institusi lain dan media. Seinggadari *media relations* ini didapatkan citra yang sesuai dengan yang diinginkan.
2. Prestasi adalah salah satu hal yang dapat meningkatkan citra. Sama halnya dengan universitas, prestasi juga dapat meningkatkan citra universitas seperti UGM dan UIN Sunan Kalijaga. Belajar dari *press release* prestasi “UGM

Pertahankan Peringkat Webometrics” pada tanggal 16 Januari 2010. Ternyata UGM dapat mencapai prestasi sebagai universitas peringkat 1 Nasional tidaklah sulit. Humas UGM hanya lebih meningkatkan publikasi universitasnya di media elektronik (*e-publication*). Karena Webometri hanya menggunakan indikator yang mudah dalam mengukur keunggulan suatu universitas seperti: size (S) yakni jumlah halaman publikasi elektronik yang terdapat dalam web PT. Visibility (V) atau jumlah halaman lain yang mencantumkan URL domain PT yang dinilai. Rich File (RF) yaitu relevansi sumber elektronik dengan kegiatan akademik dan publikasi PT bersangkutan. Mengapa Humas UIN Sunan Kalijaga tidak bisa mengusahakan yang sama seperti halnya Humas UGM.

3. Kepada pihak yang mengadakan penelitian dalam konteks yang sama dengan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan penelitian dengan hasil yang lebih baik dan akurat dengan cara lebih menyempurnakan kekurangan yang ada pada penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abdullah, Aceng, 1994, *Press Relations*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Abdurrahman, Dudung. 2003. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: BPFE
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Metode Penelitian dalam Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Jefkins, Frank. 1982. *Introductions to Marketing, Advertising and Public Relations*. London: Macmillan Press
- Julius, Onggo Bob. 2004. *Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada
- Moore, H.Frazier. 2004, *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kriyantono, Rakhmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Rahmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rumanti, Sr.Maria Assumpta. 2004, *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*, PT Grasindo, Jakarta.
- Singarimbun, Marsi. dan Efendi, Sofyan. 1999. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Soemirat, Soleh dan Elinaro Ardianto, 2003, *Dasar-Dasar Public Relations*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang Pustaka
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wasesa, Silih Agung. 2005, *Strategi Public Relations*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

### Skripsi

- Dian Kusumaningrum. 2006. Pemberitaan Kantor Pos Besar Yogyakarta di SKH Kedaulatan Rakyat. UPN Veteran. Yogyakarta
- Nurliana Sari. 2010. Strategi Humas Rumah Sakit Islam Klaten dalam Membentuk Citra Pelayanan Kesehatan. UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Reza Afriadi. 2009. Efektivitas Humas Polda DIY terhadap Citra Polisi. UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta

**Media Cetak**  
SKH Kedaulatan Rakyat, edisi 15 Januari – 15 Februari 2010

**Jurnal:**  
Jurnal pembangunan manusia. Vol. 7 No. 1 Tahun 2009.

**Internet**  
[www.ugm.ac.id](http://www.ugm.ac.id)