

## STRATEGI HUMAS POLITEKNIK NEGERI JAKARTA DALAM PENERIMAAN MAHASISWA BARU

Ari Trisnawati, Maya May Syarah

Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika

Jalan Kayu Jati V No. 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

[mayasumitradilaga@gmail.com](mailto:mayasumitradilaga@gmail.com)

### ABSTRACT

*Public Relations is a management function that builds and maintains a good relationship between the organization and rewarding public that affect the success or failure of the organization. One strategy efforts to maintain good relations with external public who do Public Relations Jakarta State Polytechnic is to conduct socialization to some schools, which aims to find potential new students are qualified and competent through test selection UMPN and PMDK-PN. In this case the authors use kualitatif descriptive study that describes a situation in which the object being observed, conducted interviews author and observation to answer research questions. The research results show the success of Public Relations Jakarta State Polytechnic in improving the quality of new students through a few strategies that consist of doing an exhibition, socializing to each school, do a test track selection, and conducted annually. This activity received a positive response from all schools and prospective new students Jakarta State Polytechnic.*

**Keywords:** *Public Relations Strategy, External Public, New Student Admission*

### ABSTRAK

*Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Salah satu strategi upaya membina hubungan baik dengan publik eksternal Humas Politeknik Negeri Jakarta adalah dengan mengadakan sosialisasi ke beberapa sekolah, yang bertujuan untuk mencari calon mahasiswa baru yang berkualitas dan berkompoten melalui jalur seleksi tes PMDK-PN dan UMPN. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggambarkan suatu situasi proses dan gejala-gejala atau objek yang sedang diamati, wawancara dilakukan penulis beserta observasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hasil riset menunjukkan keberhasilan Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam meningkatkan kualitas calon mahasiswa baru melalui beberapa strategi yang terdiri atas melakukan pameran, bersosialisasi ke setiap sekolah, melakukan jalur tes seleksi, dan dilakukan setiap tahunnya. Kegiatan ini mendapat respon positif dari semua sekolah dan calon mahasiswa baru Politeknik Negeri Jakarta.*

**Kata kunci:** *Strategi Humas, Publik Eksternal, Penerimaan Mahasiswa Baru*

### I. PENDAHULUAN

Penerimaan mahasiswa baru merupakan salah satu proses yang ada di instansi pendidikan seperti universitas atau akademi yang berguna untuk menyaring calon mahasiswa yang terpilih sesuai kriteria yang ditentukan oleh universitas atau akademi tersebut. Pada umumnya proses penerimaan mahasiswa baru dilakukan melalui tahapan pendaftaran, seleksi berkas, dan pengumuman penerimaan mahasiswa.

Peristiwa yang berulang tiap tahun ini dapat dikatakan sebagai titik awal proses pencarian sumber daya manusia yang berkualitas, dengan menerima calon mahasiswa yang berkompoten maka dapat menunjang mutu dan kualitas universitas atau akademi itu sendiri.

Indonesia memiliki banyak universitas baik swasta maupun negeri, visi dan misinya pun tidak jauh berbeda yaitu untuk mencapai suatu tujuan tertentu demi keberhasilan dalam membentuk diploma atau sarjana yang unggul dan berkualitas.

Jurusan pada setiap universitas atau akademi pun beragam, hal ini menyebabkan timbulnya persaingan antar universitas atau akademi dalam menarik minat calon mahasiswa baru.

Sebagai contoh Politeknik Negeri Jakarta dalam fungsinya sebagai lembaga pendidikan selain harus mampu memberikan pendidikan yang baik kepada mahasiswa tetapi juga harus menjalin hubungan baik dengan masyarakat, terutama calon mahasiswa baru. Menjalinkan hubungan baik ini dijalankan dengan tujuan agar Politeknik Negeri Jakarta dapat memberikan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru.

Akan tetapi banyaknya jumlah calon mahasiswa yang mendaftar berbanding dengan kapasitas yang disediakan oleh setiap universitas atau akademi adalah masalah yang umum. Tentu saja hal ini sudah dipikirkan oleh setiap universitas atau akademi dengan mengadakan ujian untuk seleksi penerimaan mahasiswa baru.

Salah satunya Politeknik Negeri Jakarta yang selalu menjadi lembaga pendidikan terfavorit bagi siswa atau siswi yang ada di Jabodetabek maupun luar Jabodetabek. Minat siswa yang melanjutkan kuliah di Politeknik Negeri Jakarta sampai tahun 2016 sebanyak 27.410 orang melalui beberapa jalur masuk yaitu Penelusuran Minat dan Kemampuan (PMDK), dan Ujian Masuk Politeknik Negeri (UMPAN).

Di Politeknik Negeri Jakarta terdapat dua jalur seleksi yang digunakan oleh calon mahasiswa baru diantaranya jalur PMDK-PN yaitu Penelusuran Minat dan Kemampuan Politeknik Negeri seluruh Indonesia dan jalur UMPAN yaitu Ujian Masuk Politeknik Negeri. Jalur PMDK-PN merupakan seleksi jalur undangan dengan menggunakan nilai raport yang diperuntukan bagi calon siswa sekolah yang akan melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Bidang vokasi atau Politeknik Negeri di seluruh wilayah Indonesia. Pola seleksi ini serentak melalui seleksi prestasi akademik siswa selama mengikuti pendidikan di SMA.

Sedangkan jalur UMPAN merupakan penerimaan mahasiswa baru Politeknik Negeri Jakarta melalui jalur test tertulis yang diperuntukan bagi lulusan SMA. Penerimaan dengan jalur ini diselenggarakan secara serentak di semua Politeknik Negeri se-Indonesia.

Adanya seleksi penerimaan mahasiswa baru ini, memungkinkan universitas atau akademi mendapatkan calon mahasiswa yang berkompoten dan berkualitas. Dalam melaksanakan peran Humas untuk mencapai tujuan diperlukan beberapa strategi pada saat penerimaan mahasiswa baru, strategi yang dilakukan adalah bersosialisasi langsung dengan para calon mahasiswa baru, menemui guru BK dari setiap sekolah yang dikunjungi, mengikuti undangan pameran di setiap wilayah Jabodetabek atau luar Jabodetabek, dan menyebarkan informasi penerimaan mahasiswa baru melalui media.

Bersosialisasi secara langsung dilakukan dengan cara Humas mendatangi langsung ke setiap sekolah dan menemui guru BK SMA se-Jabodetabek dan mempresentasikan mengenai Politeknik Negeri Jakarta. Penyebaran informasi penerimaan mahasiswa baru melalui media juga sangat penting agar memudahkan calon mahasiswa dalam mendapatkan informasi yang ada di Politeknik Negeri Jakarta. Media publikasi yang digunakan diantaranya media cetak seperti brosur, poster, spanduk, baliho dan media elektronik seperti komputer dan melalui media sosial yaitu twitter dan internet website dari Politeknik Negeri Jakarta itu sendiri.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses kerja Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam melaksanakan strategi pada penerimaan mahasiswa baru.

## II. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Tugas dan Fungsi Public Relations

Menurut Cutlip, Center & Broom dalam Kriyantono (2008) tugas Humas yaitu:

1. Menulis dan mengedit. Menyusun rilis berita dalam bentuk cetak atau siaran, cerita feature, newsletter untuk karyawan dan stakeholder eksternal, korespondensi, pesan website dan pesan media online lainnya, laporan tahunan dan shareholder, pidato, brosur, film dan script slide show, artikel publikasi perdagangan, iklan institusional, dan materi-materi pendukung teknis lainnya;
2. Hubungan Media & Penempatan Media. Mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, penulis freelance, dan publikasi perdagangan agar mereka mempublikasikan atau menyiarkan berita dan feature tentang organisasi, Merespons permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses ke sumber otoritas;
3. Riset. Mengumpulkan informasi tentang opini publik, tren, isu yang muncul, iklim politik dan peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan dan pandangan-pandangan lain berkenaan dengan stakeholder organisasi. Mencari data base di internet, jasa online, dan data pemerintah elektronik. Mendesain riset program, melakukan survei, dan menyewa perusahaan riset;
4. Manajemen dan Administrasi. Perencanaan dan perencana dengan bekerja sama dengan manajer lain, menentukan kebutuhan, menentukan prioritas, mendefinisikan publik, seting dan tujuan, dan mengembangkan strategi dan taktik. Menata personel, anggaran, dan jadwal program;
5. Konseling. Memberi saran kepada manajemen dalam masalah sosial, politik, dan peraturan, berkonsultasi dengan tim manajemen mengenai cara menghindari atau merespons krisis, dan bekerja sama membuat keputusan kunci untuk menyusun strategi untuk mengelola atau merespons isu-isu yang sensitif dan kritis;
6. Acara Spesial. Mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba-lomba, konvensi, open house, pemotongan pita dan grand opening, ulang tahun, pengumpulan dana, mengunjung tokoh terkemuka, program penghargaan, dll;
7. Pidato. Tampil di depan kelompok, melatih orang untuk memberikan kata sambutan dan mengelola biro juru bicara;
8. Produksi. Membuat saluran komunikasi seperti multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, dan computer desktop publishing, perekaman audio visual;
9. Training. Mengadakan pelatihan untuk publik internal maupun eksternal;
10. Kontak. Bertugas sebagai penghubung (liaison) dengan mediator antara perusahaan dengan publiknya dengan sebaliknya.

Sementara menurut Nova (2011), tugas seorang Public Relations adalah berkaitan dengan kode etik Asosiasi Public Relations Internasional (*International Public Relations Association Code of Conduct*) yang menegaskan, bahwa setiap Public Relations tidak dibenarkan untuk mengangkat suatu

konflik yang terjadi atau hal yang sengaja dipaparkan kepada publik tanpa seizin dari yang bersangkutan atau yang berkepentingan.

Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh Public Relations sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang Public Relations. Jadi Public Relations dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Menurut Kriyantono (2012), secara garis besar fungsi Public Relations adalah:

1. Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintain good communication*).
2. Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*).
3. Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals & manners*).

Begitu pula Nova (2011) berpendapat bahwa fungsi utama Public Relations adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi.

Untuk peran Public Relations sendiri Nova Nova (2011) menyatakan peranan Public Relations dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1. Penasihat Ahli (*Expert Precrifer*). Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (Public Relationship).
2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*). Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*). Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen.
4. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*). Peranan communication technician ini menjadikan praktisi PR sebagai journalist in resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan method of communication.

Ruslan (2013) menyebutkan peran utama Humas pada intinya adalah sebagai berikut: a. Sebagai communicator atau penghubung antara organisasi

atau lembaga yang diwakili dengan publiknya; b. Membina Relationship, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya; c. Peran back up management, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan; d. Membentuk corporate image, artinya peranan Public Relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

## 2.2. Ruang Lingkup Public Relations

Menurut Ruslan (2010), ruang lingkup tugas Public Relations dalam suatu organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1. Membina hubungan ke dalam (public internal). Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/ badan/ perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang Public Relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.
2. Membina hubungan ke luar (public external). Publik eksternal adalah publik umum atau masyarakat. Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga/ organisasi yang diwakilinya.

Cutlip-Center-Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* ruang lingkup public relations mencakup publisitas, pemasaran, public affairs, manajemen isu, lobi, dan hubungan investor (Morissan, 2008).

## 2.3. Strategi Humas

Menurut Adnaputra dalam Ruslan (2010) mengatakan bahwa arti Strategi Public Relations adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan Public Relations dalam kerangka suatu rencana Public Relations (*Public Relations plan*).

Nova (2011) menjelaskan, strategi Public Relations atau yang lebih dikenal dengan bauran Public Relations adalah sebagai berikut:

- a. Publications (publikasi) adalah cara PR dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya;
- b. Event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR;
- c. News (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respons yang positif;
- d. Corporate Identity (citra perusahaan) adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif, tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk

menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan; e. Community Involvement (hubungan dengan khalayak) adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, stockholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dan lain-lain); f. Lobbying and Negotiation (teknik lobi dan negoisasi) adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan; g. Social Responsibility Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

**2.4. Sosialisasi**

Menurut Soekanto (2009) sosialisasi adalah suatu proses dimana seorang anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat dimana dia menjadi anggota”.

Beda dengan Soekanto, sosialisasi dijelaskan Bungin (2008) adalah proses yang berlangsung antara pribadi orang per orang. Proses ini memungkinkan seseorang mempelajari norma-norma yang terjadi di masyarakatnya.

Macbride dalam Soekanto (2008) menyebutkan sosialisasi adalah menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.

**2.5 Publikasi**

Menurut Kriyantono (2008), publikasi berasal dari kata “publicare” yang artinya “untuk umum”. Jadi publikasi adalah kegiatan mengenalkan perusahaan sehingga umum (publik dan masyarakat) dapat mengenalnya.

Philip dkk dalam Ruslan (2008:60), mengungkapkan publikasi (*publications*) adalah tugas Public Relations atau Humas dalam menceritakan atau menyampaikan sebanyak mungkin pesan atau informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada masyarakat luas.

**III. METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan observasi non partisipan, wawancara mendalam kepada key informan sebanyak 1 orang dan informan 4 orang.

Key Informan dan Informan berasal dari lingkungan Politeknik Negeri Jakarta sedangkan informan adalah beberapasiswa yang berasal dari SMA yang mendaftar ke Politeknik Negeri Jakarta.

Peneliti mengumpulkan data terutama dengan wawancara mendalam dan pengamatan pada para informan yang terlibat dalam kasus-kasus yang diteliti. Triangulasi dalam penelitian ini dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber-sumber data tersebut. *Member check* dilakukan dengan diskusi kelompok informan dan triangulasi metode yakni wawancara mendalam dengan beragam sumber dan dengan pengamatan langsung.

**IV. PEMBAHASAN**

**4.1. Hasil Penelitian**

Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam melaksanakan penerimaan mahasiswa baru dilakukan selama sepanjang tahun dimulai pada tahun 2015 sampai awal 2016. Analisis SWOT yang dilakukan untuk melaksanakan strategi ini dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT Strategi Humas PNJ

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
a. Strategi ini untuk mendapatkan mahasiswa baru yang berkompeten atau berkualitas.	a. Masih banyak calon mahasiswa baru yang belum mengetahui informasi tentang pendaftaran dengan jalur PMDK-PN dan UMPN di Politeknik Negeri Jakarta.
b. Hubungan baik antara Humas Politeknik Negeri Jakarta dengan Sekolah Menengah Atas se-Jabodetabek.	b. Adanya biaya pendaftaran dengan jalur UMPN yang lumayan mahal
c. Mempunyai letak geografis yang sangat strategis dan lahan yang cukup luas.	
d. Seleksi penerimaan mahasiswa barudengan jalur PMDK dilakukan tanpa ujian tertulis.	
e. Seleksi dari jalur PMDK dan UMPN tidak dikenakan biaya atau gratis, karena biaya seleksinya telah ditanggung oleh pemerintah.	

<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<p>a. Banyak diantara calon mahasiswa baru yang menjadikan jalur seleksi ini sebagai kesempatan besar untuk menuntut ilmu di Politeknik Negeri Jakarta.</p> <p>b. Banyak diantara calon mahasiswa baru yang sudah mengikuti jalur seleksi PMDK-PN dan UMPN</p>	<p>a. Persaingan jarak yang begitu dekat antara lembaga pendidikan yang setingkat dengan Politeknik Negeri Jakarta.</p> <p>b. Pemahaman calon mahasiswa baru yang belum menyadari tentang Politeknik Negeri Jakarta.</p>

### Melakukan Pameran

Pameran di Jakarta Convention Center pada tanggal 4-8 Februari 2015 teknik pelaksanaannya adalah Politeknik Negeri Jakarta menyediakan brosur, Profile Politeknik Negeri Jakarta, film company profile, booklet, dan standing banner, serta tenaga yang akan memberikan informasi ke pengunjung. Para pengunjung selain menanyakan tentang program pendidikan politeknik, kerjasama sekolah luar negeri, mereka juga menanyakan tentang tata cara perekrutan pegawai untuk perusahaan yang bekerjasama dengan PNJ.

Selanjutnya pada tanggal 23–26 Februari 2015 pameran di Makasar. Metode pelaksanaannya sama dengan pameran sebelumnya yaitu membagikan brosur, Profile Politeknik Negeri Jakarta, standing banner, dan tenaga yang akan memberikan informasi ke pengunjung.

Pameran di Bogor dilaksanakan pada tanggal 25-27 Februari 2015, dalam pameran tersebut Humas Politeknik Negeri Jakarta menyediakan dan membagikan brosur, memberikan informasi tentang Politeknik Negeri Jakarta kepada semua pengunjung yang datang ke pameran tersebut.

Pada tahun 2016 Humas Politeknik Negeri Jakarta kembali diundang untuk pameran di bulan Januari dan Februari. Tanggal 17 Januari 2016 Politeknik Negeri Jakarta membuka stand pada pameran University Day Out 2016 yang diadakan di Banten dalam pameran tersebut Humas mensosialisasikan semua informasi yang ada di Politeknik Negeri Jakarta serta membagikan brosur kepada pengunjung.

20 Januari 2016 diundang untuk presentasi di depan para pengunjung Edu Fair Guru BK DKI Jakarta, ada sesi tanya jawab di Edu Fair tersebut dimana pengunjung menanyakan informasi program studi, jalur masuk serta beasiswa yang ada di Politeknik Negeri Jakarta.

Kegiatan yang setiap tahun diikuti Politeknik Negeri Jakarta adalah 25th Indonesia International Education & Training Expo 2016 yang dilaksanakan pada tanggal 27-30 Januari 2016, pada kegiatan tersebut Politeknik Negeri Jakarta membagikan sekitar 5.000 brosur kepada pengunjung yang datang ke Jakarta Convention Center.

### Sosialisasi ke sekolah dan guru bimbingan konseling

Kegiatan kunjungan ke sekolah ini dilakukan Humas Politeknik Negeri Jakarta mulai dari Oktober 2015 sampai Maret 2016.

Pada setiap kunjungan ke sekolah, Humas melakukan sosialisasi ke guru bimbingan konseling sekolah, presentasi mengenai Politeknik Negeri Jakarta dan membagikan brosur kepada siswa siswi sekolah.

Tanggal 24 Oktober 2015 Humas Politeknik Negeri Jakarta berkunjung ke sekolah SMAN 13 Tangerang, di bulan November tanggal 17 dan 19 November 2015 Humas mengunjungi sekolah SMA Muhammadiyah 25 Tanggerang dan MAN 17 Jakarta. Kunjungan selanjutnya yakni pada 10 Desember 2015 ke sekolah SMA 29 Jakarta.

Pada bulan Januari 2016 tanggal 14 dan 23 kunjungan ke sekolah SMA AL-Azhar 3 Jakarta dan SMAN 2 Depok, untuk bulan Februari 2016 tanggal 2 dan 5 mendatangi sekolah SMAN 3 Depok dan SMAN 40 Jakarta.

Sosialisasi guru bimbingan konseling dilakukan pada tanggal 23 Februari 2016 di SMAN 1 Bogor. Untuk memasarkan Politeknik Negeri Jakarta, Humas akan mengadakan kegiatan pertemuan dengan para guru bimbingan dan konseling. Tujuan dari pertemuan tersebut adalah menyampaikan berbagai informasi, program studi, kurikulum, kerjasama industri, dan kegiatan pendaftaran itu sendiri.

### c. Jalur Pendaftaran PMDK-PN dan UMPN

Seleksi penerimaan mahasiswa baru di Politeknik Negeri Jakarta membuka tahap seleksi melalui jalur PMDK-PN, UMPN, Bidikmisi. Seleksi penerimaan mahasiswa baru melalui jalur PMDK-PN pendaftaran dibuka dari tanggal 14 Februari sampai 2 Mei 2016, untuk pengisian data oleh sekolah dimulai pada tanggal 14 Februari sampai 29 April 2016, sedangkan pengisian data oleh siswa tanggal 14 Februari sampai 2 Mei 2016, validasi berkas 16 Maret sampai 9 Mei 2016, pengumuman nominator khusus program studi Alat Berat, MICCE dan Desain Grafis untuk mengikuti test kekhususan tanggal 14 Mei 2016, Test Kekhususan pada tanggal 18 dan 19 Mei 2016, Hasil Kelulusan akan diumumkan tanggal 30 Mei 2016.

Jalur test UMPN sendiri pendaftaran di mulai pada tanggal 3 Mei sampai 9 Juni 2016, Test Kekhususan untuk program MICE dan Alat Berat dilaksanakan tanggal 6-7 Juni 2016 sedangkan Test Kekhususan program studi Desain Grafis dan

Penerjemah Bahasa Inggris dilaksanakan pada tanggal 8-9 Juni 2016, Ujian tertulis dilakukan pada tanggal 11 Juni 2016, dan Pengumuman lulus dari ujian tertulis tersebut akan diumumkan pada tanggal 16 Juni 2016 setelah pengumuman lulus tersebut calon mahasiswa baru masih harus melakukan registrasi administrasi dan akademik yaitu mulai dari 20 sampai 28 Juni 2016. Para mahasiswa baru akan mulai masuk kuliah perdana pada tanggal 5 September 2016.

Dalam pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru ini terdapat beberapa kriteria evaluasi yang harus dicapai dengan terselenggaranya program ini. Menurut Key Informan, ASM selaku Kepala Humas di Politeknik Negeri Jakarta, hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam penerimaan mahasiswa baru sudah berjalan dengan baik. Hal tersebut terlihat dengan terus meningkatnya peminat dan pendaftar calon mahasiswa yang berkualitas dan berkompeten di Politeknik Negeri Jakarta tiap tahunnya.

Para calon mahasiswa baru di setiap sekolah yang ada di Jabodetabek semakin mudah untuk mengenal Politeknik Negeri Jakarta serta mendapatkan banyak informasi yang didapat melalui website atau pun dengan cara bersosialisasi secara langsung.

Hal ini diperjelas dari hasil wawancara dengan pernyataan Informan AR selaku Staf Humas Politeknik Negeri Jakarta, menyatakan bahwa strategi sosialisasi dan presentasi ke setiap sekolah yang dilakukan oleh Humas sudah berjalan sesuai dengan jadwal yang telah dibuat sebelumnya, hasil yang didapatkan juga sangat memuaskan.

Sementara menurut informan DYH, siswi dari sekolah MAN 1 Jakarta, menyatakan hasil dari sosialisasi ke sekolah menemui guru BK sangat bagus, karena dengan adanya sosialisasi tersebut siswa siswi bisa mengetahui informasi tentang penerimaan mahasiswa baru di Politeknik Negeri Jakarta.

Menurut informan Jml, siswa dari sekolah SMK Negeri 4 Jakarta, hasil dari sosialisasi Politeknik Negeri Jakarta ke setiap sekolah sudah berjalan dengan baik dan benar, karena dengan adanya sosialisasi tersebut siswa siswi menjadi tertarik untuk mengikuti jalur seleksi PMDK-PN yang diadakan Politeknik Negeri Jakarta, selain itu program studi yang ada sesuai dengan minat para siswa.

#### 4.2. Pembahasan

Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam melakukan sosialisasi kepada guru BK dan siswa siswi kelas dua belas di sekolah Jabodetabek bisa dibilang berhasil karena banyak sekolah yang telah mengundang dan didatangi oleh Politeknik Negeri Jakarta untuk memberikan semua informasi yang ada di Politeknik Negeri Jakarta kepada guru BK dan siswa siswi kelas dua belas.

Pesan yang disampaikan dalam strategi ini terdiri dari dua bentuk pesan yakni yaitu pesan primer dan pesan sekunder. Dimana dalam pesan primer terdapat pesan yang menjadi tujuan diselenggarakannya strategi penerimaan mahasiswa baru, dan pesan sekunder merupakan pesan yang disampaikan oleh pihak penyelenggara melalui maksud adanya strategi penerimaan mahasiswa baru. Pesan Primer: Berkarya Berprestasi Menjadi Ahli Politeknik Ahlinya, pesan sekunder : menjadikan peserta didik yang berkualitas dan berkompeten serta mempunyai daya saing yang unggul.

Dalam menjalankan strategi mensosialisasikan program penerimaan mahasiswa baru melalui jalur seleksi PMDK-PN dan UMPN kepada seluruh sekolah menengah atas yang ada di Indonesia, Humas Politeknik Negeri Jakarta melakukan beberapa taktik antara lain:

- a. Menyebarkan brosur kepada masyarakat yang datang langsung ke bagian Humas Politeknik Negeri Jakarta.
- b. Menyebarkan informasi kepada masyarakat luas melalui web Politeknik Negeri Jakarta.
- c. Melakukan pameran dan kunjungan dengan cara presentasi ke setiap sekolah SMA sejabodetabek.
- d. Menemui guru bimbingan dan konseling dari tiap sekolah yang telah mengundang Politeknik Negeri Jakarta untuk mensosialisasikan penerimaan calon mahasiswa baru.

#### V. PENUTUP

Humas Politeknik Negeri Jakarta memiliki beberapa fungsi yaitu melayani kebutuhan informasi baik dari publik internal maupun eksternal, untuk mencapai suatu tujuan itu sendiri dengan komunikasi sebagai kegiatan yang utama.

Hasil penelitian menunjukkan Humas Politeknik Negeri Jakarta sudah menjalankan fungsinya dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan salah satunya dengan membuat strategi penerimaan mahasiswa baru. Namun dalam pelaksanaannya Humas Politeknik Negeri Jakarta masih terdapat kekurangan dalam hal penyediaan Sumber Daya Manusia untuk meningkatkan kualitas layanan kepada publik eksternal dalam mencari calon mahasiswa yang berkualitas dan berkompeten dan untuk meningkatkan banyaknya peminat agar masyarakat bisa lebih mengenal Politeknik Negeri Jakarta bukan Politeknik UI.

Keberhasilan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Humas dapat dilihat dari antusias pendaftar yang mengikuti proses seleksi PMDK-PN dan UMPN, dimana calon mahasiswa yang mendaftar lebih banyak dari kapasitas yang sudah ditentukan.

Sekitar 87 sekolah sudah dikunjungi dan berbagai macam pameran diikuti oleh Humas dalam rangka mensosialisasikan Politeknik Negeri Jakarta ditahun 2015 sampai dengan 2016.

Humas juga mensosialisasikan kepada guru bimbingan konseling di setiap sekolah. Hasilnya banyak guru yang menilai positif sosialisasi ini, dan menginginkan program ini terus diadakan ditahun berikutnya karena banyak siswa siswi yang berminat masuk ke Politeknik Negeri Jakarta.

Sumber daya manusia Humas Politeknik Negeri Jakarta harus ditambah lagi untuk memaksimalkan strategi penerimaan mahasiswa baru yang akan terlaksana ditahun berikutnya.

Informasi di website Politeknik Negeri Jakarta harus terus diperbarui atau *diupdate* agar para calon mahasiswa dapat mengetahui semua informasi yang terbaru.

Humas harus merancang dan membuat suatu acara sosialisasi yang besar dalam satu hari mengenai program penerimaan mahasiswa baru. Dimana acara tersebut dihadiri oleh beberapa perwakilan guru dan siswa dari beberapa sekolah, dengan demikian seluruh kalangan target akan mengerti maksud dan tujuan dari program penerimaan mahasiswa baru, tidak hanya sekedar memberikan informasi lewat publikasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian untuk Publik Relations: Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2010. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2008. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Herdiansyah, Haris. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Salemba Humanika.

Kriyantono, Rachmat. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media Group.

Kriyantono, Rachmat. 2008. Public Relations Writing. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nova, Firsan. 2011. Crisis Public Relations. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Umam, Khaerul dan Nurjaman Kadar. 2012. Komunikasi Public Relations. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Ruslan, Rosady. 2010. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2008. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2013. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Soekanto, Soerjono. 2009. Sosiologi Suatu Pengantar. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

#### *Biodata Penulis*

*Ari Ari Trisnawati, lahir di Depok, 28 Oktober 1994. Lulusan SMK Setia Negara Depok tahun 2012 ini, melanjutkan pendidikannya ke Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta dan pada tahun 2016 memperoleh gelas Ahli Madya.*

*Maya May Syarah, memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.), Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Ilmu Komunikasi dari Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta pada tahun 1994. Meperoleh gelar Master of Science (M.Si.) Program Pasca Sarjana Jurusan Komunikasi Pembangunan dan Pertanian Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, lulus tahun 2013. Saat ini sebagai dosen Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika.*