



Peran *Public Relations* Himakom dalam Membangun Komunikasi Organisasi di Lingkungan kampus UMJ

Muhammad Rizky Alfarizy¹, Muhammad Faris Aulia Rizki², Rachmandita Oktavian³,
Sadiyah El Adawiyah^{4*}

¹⁻⁴ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

adityanoorabadi930@gmail.com¹, farisauliarizki@gmail.com², rditaoktavian@gmail.com³,

Sadiyah.eladawiyah@umj.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: Sadiyah.eladawiyah@umj.ac.id

Abstract. *Public Relations (PR) plays a strategic role in creating effective organizational communication, including in student organizations. The Communication Science Student Association (Himakom) at Muhammadiyah University of Jakarta (UMJ), as an internal campus organization, requires the role of PR to maintain internal relationships among members as well as external relationships with the academic community. This study aims to explore the role of PR in Himakom UMJ in building organizational communication within the campus environment. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection techniques are carried out through literature studies and observations of the public relations activities of the student organization. The results show that the role of PR in Himakom UMJ includes being a communicator, information facilitator, image builder, and a link between the organization and both internal and external publics. This role is crucial in creating effective, harmonious, and sustainable organizational communication within the UMJ campus. PR in Himakom not only strengthens internal relationships among members but also builds a positive image of the organization in the eyes of the academic community, thus supporting the sustainability and development of Himakom as a student organization.*

Keywords: *Himakom; Internal and External Relationships; Organizational Communication; Organizational Image; Public Relations*

Abstrak. *Public Relations (PR) memainkan peran strategis dalam menciptakan komunikasi organisasi yang efektif, termasuk dalam organisasi kemahasiswaan. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Himakom) Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) sebagai organisasi internal kampus membutuhkan peran PR untuk menjaga hubungan internal antaranggota serta hubungan eksternal dengan civitas akademika. Penelitian ini bertujuan untuk menggali peran PR Himakom UMJ dalam membangun komunikasi organisasi di lingkungan kampus. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan observasi terhadap aktivitas kehumasan organisasi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran PR Himakom UMJ mencakup sebagai komunikator, fasilitator informasi, pembentuk citra organisasi, serta penghubung antara organisasi dengan publik internal dan eksternal. Peran tersebut sangat penting dalam menciptakan komunikasi organisasi yang efektif, harmonis, dan berkelanjutan di lingkungan kampus UMJ. PR Himakom tidak hanya memperkuat hubungan internal antaranggota, tetapi juga membangun citra positif organisasi di mata civitas akademika, sehingga mendukung keberlanjutan dan perkembangan Himakom sebagai organisasi mahasiswa.*

Kata kunci: *Citra Organisasi; Himakom; Hubungan Internal dan Eksternal; Komunikasi Organisasi; Public Relations*

1. LATAR BELAKANG

Organisasi kemahasiswaan merupakan salah satu sarana strategis dalam pengembangan kapasitas mahasiswa, baik pada ranah akademik maupun nonakademik. Melalui organisasi, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan kepemimpinan, komunikasi, kerja sama tim, serta kemampuan manajerial yang menjadi bekal penting dalam kehidupan profesional (Pace & Faules, 2013). Keberhasilan organisasi kemahasiswaan sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi organisasi yang berlangsung di dalamnya, karena komunikasi menjadi medium

utama dalam penyampaian informasi, koordinasi kegiatan, serta pembentukan hubungan kerja antaranggota (Effendy, 2017; Mulyana, 2016).

Komunikasi organisasi berfungsi sebagai proses pertukaran pesan yang memungkinkan organisasi berjalan secara terarah dan terkoordinasi. Komunikasi yang efektif mampu meningkatkan partisipasi anggota, memperkuat rasa memiliki terhadap organisasi, serta mendorong terciptanya kinerja organisasi yang optimal (Lestari & Prasetyo, 2021). Sebaliknya, komunikasi yang tidak terkelola dengan baik berpotensi menimbulkan miskomunikasi, konflik internal, serta rendahnya keterlibatan anggota dalam kegiatan organisasi (Suryanto, 2015).

Dalam konteks organisasi, *Public Relations* (PR) memiliki peran strategis sebagai pengelola komunikasi dan pembangun hubungan antara organisasi dengan publiknya. Cutlip et al. (2013) menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Peran ini tidak hanya terbatas pada organisasi formal atau korporasi, tetapi juga relevan dalam organisasi pendidikan dan organisasi kemahasiswaan (Putra, 2019).

Pada organisasi kemahasiswaan, *Public Relations* berperan dalam mengelola arus informasi, membangun citra positif organisasi, serta menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, seperti mahasiswa, dosen, pihak fakultas, dan organisasi lain di lingkungan kampus (Ruslan, 2016; Morissan, 2014). Strategi komunikasi PR yang tepat dapat membantu organisasi menyampaikan program kerja secara efektif, meningkatkan partisipasi anggota, serta memperkuat legitimasi organisasi di mata publik (Hidayat, 2018).

Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Himakom) Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) sebagai organisasi yang menaungi mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan akademik dan pengembangan *soft skills* mahasiswa. Dalam menjalankan fungsinya, Himakom UMJ membutuhkan peran *Public Relations* yang optimal untuk memastikan tersampainya informasi kegiatan, terjalinnya komunikasi yang harmonis antarbidang, serta terbentuknya citra organisasi yang profesional dan kredibel di lingkungan kampus.

Namun, berdasarkan pengamatan awal, masih ditemukan berbagai kendala komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan Himakom UMJ, seperti kurang optimalnya penyebaran informasi program kerja, terjadinya miskomunikasi antarbidang, serta rendahnya tingkat partisipasi anggota dalam beberapa kegiatan organisasi. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa fungsi dan peran *Public Relations* dalam membangun komunikasi organisasi belum sepenuhnya berjalan secara efektif (Ardianto, 2011; Pace & Faules, 2013).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam peran *Public Relations* Himakom UMJ dalam membangun komunikasi organisasi di lingkungan kampus. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi organisasi dan *Public Relations*, serta kontribusi praktis bagi pengelolaan organisasi kemahasiswaan agar mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan partisipasi anggota secara berkelanjutan..

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Public Relations

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen yang berperan penting dalam membangun serta mempertahankan hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Cutlip, Center, dan Broom (2013) mendefinisikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan serta prosedur organisasi, dan merancang serta melaksanakan program komunikasi yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman, penerimaan, serta dukungan dari publik.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mencapai tujuan organisasi (Pace & Faules, 2013). Komunikasi organisasi mencakup komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal yang terjadi dalam struktur organisasi. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan kinerja organisasi, memperkuat solidaritas anggota, serta meminimalisir konflik internal.

Public Relations dalam Organisasi Kemahasiswaan

PR dalam organisasi kemahasiswaan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dengan mahasiswa, dosen, pihak fakultas, serta masyarakat kampus. Menurut Ruslan (2016), peran PR meliputi peran teknisi komunikasi, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan penasihat ahli.

Fungsi dan Peran Public Relations

Menurut Ruslan (2016), *Public Relations* memiliki beberapa peran utama, yaitu sebagai teknisi komunikasi, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan penasihat ahli. Sebagai teknisi komunikasi, PR bertugas menyusun pesan, membuat publikasi, serta mengelola media komunikasi organisasi. Sebagai fasilitator komunikasi, PR berperan menjembatani komunikasi antara pimpinan dan anggota, serta antara organisasi dengan publik eksternal.

Citra Organisasi

Citra organisasi merupakan persepsi publik terhadap suatu organisasi yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan komunikasi yang diterima. Menurut Jefkins (2003), citra organisasi tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui proses komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian ingin memahami secara dalam peran *Public Relations* dalam membangun komunikasi organisasi, terutama di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Himakom) Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara rapi dan fakta mengenai peran, fungsi, serta kegiatan kehumasan yang dilakukan PR Himakom dalam konteks komunikasi organisasi di lingkungan kampus.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan observasi konseptual. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, dan referensi akademik yang berkaitan dengan *Public Relations* dan komunikasi organisasi. Sementara itu, observasi konseptual dilakukan dengan mengamati peran serta fungsi *Public Relations* dalam organisasi kemahasiswaan, khususnya dalam kegiatan kehumasan yang dijalankan oleh Himakom UMJ, agar bisa memahami praktik komunikasi organisasi yang terjadi.

Setelah data terkumpul, data tersebut dianalisis secara deskriptif melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi yang terstruktur. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang bertujuan untuk menggambarkan secara umum peran *Public Relations* Himakom UMJ dalam membangun komunikasi organisasi di lingkungan kampus.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Public Relations* (PR) Himakom Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan menjaga efektivitas komunikasi organisasi di lingkungan kampus. Dalam organisasi kemahasiswaan, komunikasi menjadi hal utama yang mendukung kelancaran koordinasi, pelaksanaan program kerja, dan hubungan antaranggota. Oleh karena itu, PR berfungsi sebagai

pengelola komunikasi yang memastikan informasi bisa tersampaikan dengan baik kepada seluruh pihak terkait.

PR Himakom UMJ berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan berbagai informasi organisasi, seperti program kerja, agenda kegiatan, kebijakan, serta hasil rapat kepada publik internal dan eksternal. Informasi tersebut disampaikan melalui media sosial organisasi, grup komunikasi internal, serta forum-forum organisasi. Peran ini membantu menciptakan alur informasi yang lebih terstruktur dan mengurangi potensi terjadinya miskomunikasi antaranggota. Selain itu, PR Himakom UMJ juga berfungsi sebagai fasilitator komunikasi yang mendorong terwujudnya komunikasi dua arah. PR menjadi penghubung antara pengurus dan anggota dengan menampung aspirasi, saran, serta kritik dari anggota untuk kemudian disampaikan kepada pengurus inti. Komunikasi dua arah ini menciptakan iklim organisasi yang lebih terbuka dan partisipatif sehingga anggota merasa terlibat dalam proses organisasi dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap keberlangsungan Himakom.

Penelitian juga menunjukkan bahwa PR Himakom UMJ memiliki peran strategis dalam membangun citra positif organisasi. Melalui kegiatan dokumentasi dan publikasi yang dilakukan secara konsisten, PR menampilkan Himakom sebagai organisasi mahasiswa yang aktif, profesional, dan produktif. Citra positif tersebut berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan anggota serta memperkuat eksistensi Himakom di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam komunikasi organisasi, seperti keterlambatan penyampaian informasi dan kurang optimalnya partisipasi sebagian Anggota. Tantangan tersebut membutuhkan PR untuk terus mengevaluasi strategi dan media komunikasi yang digunakan agar pesan dapat diterima secara efektif oleh seluruh anggota.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa *Public Relations* Himakom UMJ tidak hanya menjalankan fungsi teknis komunikasi, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi organisasi yang efektif, harmonis, dan berkelanjutan di lingkungan kampus UMJ.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* (PR) Himakom Universitas Muhammadiyah Jakarta memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan menjaga komunikasi organisasi di lingkungan kampus. Tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, PR juga bertindak sebagai pengelola komunikasi yang mampu menghubungkan berbagai pihak, baik dari dalam maupun luar organisasi. PR Himakom UMJ berperan sebagai utusan utama dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan, kebijakan, dan program kerja organisasi kepada anggota serta civitas akademika. Selain itu, PR juga berfungsi sebagai penghubung yang membantu menciptakan komunikasi dua arah yang lebih terbuka, sehingga aspirasi anggota dapat tersampaikan dengan baik kepada pengurus. Peran ini berkontribusi dalam meningkatkan kerja sama, mengurangi kesalahpahaman, serta memperkuat hubungan antaranggota organisasi. Selain menjadi pengelola komunikasi, PR Himakom UMJ juga memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra positif organisasi. Melalui kegiatan publikasi dan dokumentasi yang dilakukan secara konsisten, PR berusaha menunjukkan Himakom sebagai organisasi mahasiswa yang aktif, profesional, dan dapat dipercaya di lingkungan kampus. Citra positif tersebut berdampak pada peningkatan kepercayaan anggota serta pengakuan dari fakultas dan civitas akademika. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi organisasi di Himakom UMJ sangat tergantung pada peran *Public Relations*. Peran PR sebagai komunikator, penghubung informasi, penghubung organisasi, dan penjaga citra menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas komunikasi organisasi serta kelangsungan kegiatan Himakom di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jakarta.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi penelitian untuk public relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Kencana.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Goldhaber, G. M. (2013). *Organizational communication*. Waveland Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2014). *Managing public relations*. Cengage Learning.
- Hidayat, R. (2018). Strategi Public Relations dalam membangun citra organisasi. *Jurnal Public Relations*, 5(2), 89–101.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana.

- Lestari, D., & Prasetyo, B. (2021). Komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja organisasi mahasiswa. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 67–78.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Morissan. (2014). *Manajemen public relations: Strategi menjadi humas profesional*. Kencana.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, I. G. N. (2019). Fungsi dan peran humas dalam organisasi pendidikan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(1), 45–54.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. Pustaka Setia.