

**PERAN PUBLIC RELATIONS OFFICER (PRO) DALAM MEMBANGUN
CITRA POSITIF MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN KARAKTER
PAWYATAN DAHA PADA UNIVERSITAS PAWYATAN DAHA**

Astoeti Carlina Juniwardani¹⁾, Prastiwi Mardijani²⁾

^{1,2}Universitas Pawyatan Daha

astoeticarlina1965@gmail.com, prasti071052@gmail.com

ABSTRAK

Di Indonesia, khususnya di wilayah Kediri dan sekitarnya kehadiran Perguruan Tinggi berkembang sangat pesat, sehingga persaingan sangat ketat. Untuk bisa bertahan dan mampu bersaing, harus memiliki keunikan yang menjadi unggulan yang tidak dimiliki oleh Perguruan Tinggi lainnya. Keunggulan ini menjadi dasar untuk membangun citra positif lembaga. Dalam menghadapi kondisi tersebut di atas Universitas Pawyatan Daha sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi di Kediri, memiliki keunikan dan menjadi unggulan dalam pengelolaannya yaitu selain melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi juga melaksanakan Program Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha, yang implementasinya berdasarkan nilai – nilai Trisila (Rasa, Karsa Dan Cipta) yang tidak dimiliki oleh Perguruan Tinggi lain. Unggulan ini harus diinformasikan atau disosialisasikan sebagai dasar untuk membangun citra positif lembaga, sehingga animo masyarakat tinggi, khususnya bagi calon mahasiswa baru, sehingga Universitas Pawyatan Daha menjadi pilihan utama untuk melanjutkan studinya. Pihak yang berperan dalam hal ini adalah *Public Relation Officer* (PRO) atau Humas.

Kata Kunci: Humas, Citra Positif, Pendidikan Karakter, Universitas Pawyatan Daha

ABSTRACT

In Indonesia, especially in the Kediri region and its surroundings, the presence of higher education institutions is developing very rapidly, resulting in very tight competition. To survive and be competitive, one must have a unique feature that stands out and is not possessed by other universities. This excellence serves as the foundation for building a positive image of the institution. In facing the aforementioned conditions, Universitas Pawyatan Daha, as one of the higher education institutions in Kediri, has unique features and excels in its management. In addition to implementing the Tri Dharma of Higher Education, it also carries out the Pawyatan Daha Character Education Strengthening Program, which is based on the Trisila values (feeling, will, and creation) that are not possessed by other higher education institutions. This excellence must be communicated or socialized as a basis for building a positive image of the institution, so that public interest is high, especially among prospective new students, making Universitas Pawyatan Daha the primary choice for continuing their studies. The party involved in this matter is the Public Relation Officer (PRO) or Public Relations.

Keywords: *Public Relations, Positive Image, Character Education, Pawyatan Daha University*

PENDAHULUAN

Peran Perguruan Tinggi sebagai sebuah organisasi pendidikan sangat dibutuhkan untuk membangun sebuah bangsa. Pendidikan adalah esensi

membentuk kualitas sumber daya manusia yang menghasilkan karya dan membentuk kepribadian berkarakter.

Hal ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi pengelola Perguruan Tinggi. Tantangannya adalah bagaimana Perguruan Tinggi yang dikelola bisa *survive*, sedangkan peluangnya adalah pihak pengelola harus menciptakan keunikan yang membedakan dengan Perguruan Tinggi lainnya selain kualitas. Keunikan tersebut menjadi unggulan yang akan berdampak pada citra positif sebuah Perguruan Tinggi, sehingga menjadi tujuan masyarakat yang akan melanjutkan pendidikannya.

Universitas Pawayatan Daha adalah perguruan tinggi terakreditasi yang didirikan pada tanggal 25 Mei 1986 di bawah naungan Yayasan Pawayatan Daha yang terletak di Kediri, Jawa Timur, memiliki 5 Fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Administrasi, Ekonomi, Hukum, Teknik dan Ilmu Pendidikan. Dalam 5 fakultas tersebut, terdapat 8 Program Studi terakreditasi, yaitu: Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, Akuntansi, Manajemen, Hukum, Teknik Mesin, Teknik Elektro dan Pendidikan Matematika.

Visi Universitas Pawayatan Daha adalah terwujudnya Universitas yang bermutu dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi, Trisila dan Triwiyata Pawayatan Daha serta berwawasan global (Statuta Universitas Pawayatan Daha, 2018). Selain itu visi Yayasan Pawayatan Daha adalah terwujudnya manusia Indonesia seutuhnya, berjiwa Pancasila yang sanggup membaktikan rasa, karsa, cipta kepada Tuhan Nusa dan Bangsa (Penjelasan Visi dan Misi Pawayatan Daha Kediri, 2006).

Trisila terdiri dari tiga unsur yaitu rasa, karsa dan cipta sedangkan Triwiyata adalah didikan kepribadian, didikan kebudayaan dan didikan kemasyarakatan. (Triwiyata) dengan pendekatan ajakan dan bimbingan (Dwimarga) (Penjelasan Visi dan Misi Pawayatan Daha Kediri, 2006).

Pada saat momen Satu Abad Yayasan Pawayatan Daha Emas (25 Mei 1924 – 25 Mei 2024), Yayasan Pawayatan Daha mensosialisasikan Program unggulan yaitu Program Penguatan Pendidikan Karakter Pawayatan Daha. Program ini bertujuan agar visi dan misi Yayasan Pawayatan Daha tercapai sesuai dengan tujuan Lembaga yang telah ditetapkan. Program ini diterapkan di semua unit pendidikan mulai TK hingga Tingkat universitas di lingkungan Yayasan Pawayatan Daha. Pelaksanaan program ini mengacu pada Pedoman Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter Pawayatan Daha yang disusun dan diterbitkan oleh Yayasan Pawayatan Daha.

Universitas Pawayatan Daha sebagai bagian dari Yayasan Pawayatan Daha telah melaksanakan program tersebut. Program ini merupakan unggulan Universitas Pawayatan Daha karena unik, dikarenakan tidak dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi lainnya. Unggulan ini bisa menjadi dasar untuk membangun citra positif, sehingga bisa menarik animo masyarakat, khususnya calon mahasiswa baru untuk melanjutkan studi di Universitas Pawayatan Daha. Program ini harus disosialisasikan kepada masyarakat. Demi terlaksananya program tersebut, perlu

adanya pihak yang bisa membantu mensosialisasikan atau menginformasikan kepada masyarakat tentang program tersebut yaitu dengan adanya peranan dari seorang *Public Relations Officer* (PRO) atau Humas. Bagi sebuah organisasi, Humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para *stakeholder* ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan program organisasi kepada publik (Kasali, 2008). Selain itu, untuk mencapai tujuan organisasi karena rancangan komunikasi yang dibuat oleh Humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik dari organisasi atau institusi Pendidikan (effendy, 2003). Pada dasarnya *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi atau perusahaan adalah untuk membangun citra positif (Darmastuti, 2007). Universitas Pawyatan Daha sudah memiliki Humas yang tercantum dalam struktur organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran PR dalam membangun citra positif dan reputasi pada Universitas Pawyatan Daha dengan Program Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pada keilmuan PR, serta memberikan wacana bagi organisasi lain yang ingin meningkatkan citra positif di masyarakat

Public Relations (PR) adalah merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik kedalam maupun keluar organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang dilandaskan saling pengertian. Dari definisi ini menjelaskan bahwa PR menyangkut seluruh komunikasi timbal balik yang berlangsung pada suatu organisasi dengan perencanaan yang jelas untuk mencapai tujuan yang sangat spesifik, dalam hal ini adalah pembangunan citra tentang organisasi atau perusahaan tersebut kepada Masyarakat (Frank Jefkins, 2004). Selain itu PR sebagai aktivitas berkelanjutan untuk menjamin perusahaan memiliki citra yang kuat dimata publik, sedangkan di sisi manajemen, PR berkenaan dengan penanganan relasi perusahaan dan masyarakat untuk menjaga citra yang diharapkan (Ishaq, 2015).

Dalam definisi kerja oleh International Public Relations Association (IPRA), dinyatakan bahwa berbagai definisi yang dikemukakan para ahli atau pakar PR terdapat kesamaan arti, yaitu

1. PR merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *good will*, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik dari masyarakat.
2. Sasaran PR adalah berupaya menciptakan opini public yang *favourable* dan menguntungkan semua pihak.
3. PR merupakan unsur yang cukup penting dalam mendukung manajemen untuk mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau lembaga.
4. PR adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga atau organisasi dengan pihak masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik, hubungan yang harmonis, saling mempercayai dan menciptakan citra yang positif (Ishaq, 2015).

Public Relationship adalah kegiatan komunikasi, kegiatan komunikasi yang mempunyai ciri khusus yaitu komunikasi dua arah atau timbal balik (*two-way communications*). Arus komunikasi yang menciptakan umpan balik. Rachmadi menyebutkan bahwa PR adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan. Kehadiran PR dalam suatu organisasi atau perusahaan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain (Ishaq, 2015):

1. Dinamika organisasi/perusahaan semakin besar dan berkembang
2. Terasanya persaingan antara organisasi atau perusahaan makin ketat
3. Tuntutan, keinginan dan harapan publik
4. Publik atau masyarakat semakin kritis, mereka tidak mau kepentingannya terganggu
5. Perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa
6. Bedarnya pengaruh opini publik atau citra, sikap terhadap keadaan sosial – ekonomi, keberadaan dan stabilitas organisasi atau perusahaan semakin besar
7. Ditunjang lagi media massa berpengaruh terhadap pembentukan opini atau citra masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan
8. Suatu organisasi atau perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa dukungan dari citra publik yang berkaitan dengan aktivitas dan perkembangan organisasi atau perusahaan tersebut

Pengertian tentang image atau citra menurut Katz adalah ara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang suatu komite, atau suatu aktivitas (Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2017). Pemahaman tentang citra, Jefkins mengemukakan bahwa citra dibagi menjadi lima jenis, yaitu (Sulistyaningtyas, 2007):

1. Citra cermin (*mirror image*), yaitu gambaran yang didasarkan pada keinginan sendiri karena kurangnya pengetahuan dan pengertian tentang pendapat dari luaryang sering kali timbul dari fantasi orang – orang yang menyukai dirinya
2. Citra kini (*current image*), kesan yang diperoleh dari orang lain tentang suatu organisasi yang didasarkan pada pengalaman orang lain atau pengertian yang kurang baik.
3. Citra keinginan (*wish image*), yaitu citra yang ingin dicapai oleh manajemen dan merupakan citra yang benar – benar ingin dicapai.
4. Citra perusahaan (*corporate mirror*), yaitu citra berhubungan dengan organisasi itu sendiri, bukan pada produk atau jasa yang diberikan.
5. Serba citra (*multiple mirror*), yaitu citra bebas yang diciptakan oleh cabang atau perwakilan organisasi yang tidak mewakili citra organisasi induk secara keseluruhan

Pengertian *Public Relations Officer* (PRO) adalah individu yang bergerak dan bekerjasama untuk melaksanakan tugas utama untuk mengelola informasi dan komunikasi sebuah perusahaan ke khalayak ramai (Kazee Digital Indonesia, 2023). Dalam organisasi atau perusahaan istilah PRO sering disebut dengan Humas yang intinya bertanggung jawab untuk mengelola hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publik. PRO akan berkomunikasi aktif dengan publik dan menjaga reputasi.

Jenis Publik dalam PR yang menjadi obyek kegiatan seorang PRO adalah publik internal dan eksternal. Publik internal adalah individu-individu atau kelompok yang ada di dalam organisasi sedangkan publik eksternal adalah instansi, perusahaan, pemerintah lembaga keuangan (perbankan atau asuransi), pers/media massa, masyarakat, tergantung dari jenis organisasinya (Yera Yulista, 2019).

Peranan PRO dalam suatu organisasi atau perusahaan sangat penting, karena keberhasilan karena keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam mencapai visi, misi dan tujuannya ditentukan oleh peranan dan kegiatan PRO dalam memelihara hubungan baik dengan sasaran, baik di lingkup internal maupun eksternal. Peran utama PRO adalah (Ishaq, 2015):

1. Sebagai *communicator*, atau penghubung antara organisasi atau perusahaan yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan PRO adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi atau perusahaan maupun dari pihak publik.

Oleh karena itu PRO sebagai pendukung perusahaan berperan dalam pelaksanaan (Ishaq, 2015):

1. *Building Corporate Identity and image*, menciptakan identitas dan citra organisasi atau perusahaan yang positif dan mendukung kegiatan komunikasi dua arah atau timbal balik dengan berbagai pihak.
2. *Facing Crisis*, menangani *compalin*, membantu manajemen krisis dan *PR recovery of image*, memperbaiki *lost of image and damage*

Job descriptions PRO adalah sebagai berikut (Ishaq, 2015):

1. Menjaga reputasi. Eksistensi sebuah organisasi sangat tergantung pada keberhasilan seorang PRO dalam menciptakan opini publik yang positif.

2. Mengurus fungsi–fungsi organisasi, seperti menghadapi media, komunitas, konsumen dan Pemerintah.
3. Menyampaikan informasi kepada publik, *interest group*, atau pemegang saham mengenai kebijakan kegiatan dan prestasi organisasi
4. Menyiapkan dan membuat *press release* serta menghubungi media untuk menerbitkan atau menyiarkan program organisasi.
5. Mengatur dan mengumpulkan program – program untuk memelihara dan mempertahankan kontak antara perwakilan organisasi dan publik. membuat proposal untuk program, mengatur *speaking engagement*, pidato dan presentasi visual.

Alat yang digunakan Humas dalam mengkomunikasikan profil organisasi atau perusahaan kepada publik, yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi dan sasaran publik menurut Kotler dan Keller adalah sebagai berikut:

1. Publikasi, alat alat publikasi seperti brosur, artikel, berita berkala, majalah perusahaan, laporan tahunan dan bahan – bahan Audiovisual.
2. Acara, penyelenggaraan acara peluncuran produk, seminar, pameran produk, konferensi pers dan berbagai kompetisi untuk mengenalkan perusahaan beserta produknya.
3. Dana sponsor, perusahaan dapat mempromosikan dan menjaga *brand image* nya dengan cara mensponsori kegiatan – kegiatan masyarakat, seperti acara charity, pertandingan olah raga dan sebagainya.
4. Berita, menciptakan berita yang menguntungkan perusahaan, produknya dan orang–orangnya dan menjalin kerjasama dengan mediamedia pers untuk mempublikasikan berita tersebut.
5. Speech atau pidato digunakan untuk menjawab semua pertanyaan media. Pidato yang baik atau tertata akan dapat menjawab pertanyaan–pertanyaan media dengan tangkas, baik dan benar serta dapat membangun citra baik perusahaan.
6. Kegiatan layanan masyarakat, sebagai sarana bagi perusahaan untuk turut berkontribusi kebaikan di bidang sosial, sehingga masyarakat akan lebih mengenal perusahaan tersebut.
7. Media Identitas, adalah Identitas visual, berupa logo, brosur, kartu nama, bangunan, seragam dan lain sebagainya agar perusahaan mudah dikenal Masyarakat (Humas Indonesia, 2023)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitan kepustakaan, dengan tahapan awal adalah mengumpulkan data dengan metode dokumentasi, tahap kedua data dianalisis dengan teknik analisis isi. Ketepatan pengkajian dan untuk menghindari kesalahan informasi dalam menganalisa data maka dilakukan dengan membaca dan menelaah berbagai pustaka terkait. Tahap

ketiga adalah dari hasil membaca dan menelaah maka dilakukan identifikasi dan analisa tentang peran PRO dalam membangun citra positif atau lembaga atau perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN Trisila, Triwiyata dan Dwimarga

Visi Universitas Pawiyatan Daha adalah terwujudnya Universitas yang bermutu dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Trisila dan Triwiyata Pawiyatan Daha serta berwawasan global, sedangkan misinya adalah

- 1) Menyelenggarakan proses pendidikan untuk mengantarkan insan mahasiswa menjadi manusia yang bermutu dan memiliki rasa, karsa, cipta untuk dibaktikan kepada Tuhan, Nusa dan bangsa dengan menitik beratkan pada didikan kepribadian, kebudayaan dan kemasyarakatan (Triwiyata).
- 2) Menyelenggarakan penelitian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, guna menunjang pendidikan yang bermutu.
- 3) Menyelenggarakan dan mengelola Universitas Pawiyatan Daha berbasis digital atau penggunaan teknologi informasi dan kewirausahaan.
- 4) Menjalin kerjasama untuk pengembangan Perguruan Tinggi dengan pihak lain, baik tingkat lokal, provinsi, regional, nasional dan internasional (Statuta Universitas Pawiyatan Daha, 2018).

Keunikan yang menjadi unggulan Universitas Pawiyatan Daha adalah pada visi yang dijabarkan pada misi khususnya misi yang pertama yaitu tentang Trisila dan Triwiyata, dimana nilai-nilai yang terkandung di dalamnya menjadi dasar implementasi Pendidikan Karakter Pawiyatan Daha.

Pengertian dari masing masing anasir Trisila adalah sebagai berikut:

- 1) Rasa, bersumber dari perasaan Ketuhanan, yang membangkitkan getaran - getaran pada hati nurani manusia. Rasa ini tidak hanya peka dari nilai-nilai Tuhan saja, tetapi juga peka terhadap rangsangan yang datang dari kemanusiaan, hak asasi manusia, keadilan dan kebenaran. Hati nurani yang jernih dan bercahaya mempertajam rasa untuk mengembangkan akhlak mulia.
- 2) Karsa, motivasi dari dalam diri manusia yang membangkitkan kemauannya untuk mewujudkan harapan-harapannya atau keinginankeinginannya atau cita-citanya. Untuk mewujudkan harapan dan keinginannya maka manusia memerlukan ilmu pengetahuan dan teknologi. Orang yang memiliki ilmu pengetahuan dan teknologi akan memperoleh derajat yang tinggi. Derajat bangsa dan negara akan dihormati oleh bangsa lain kalau bangsa dan negara itu memiliki sumber daya manusia yang cerdas.
- 3) Cipta, cipta diilhami oleh rasa dan karsa, disamping itu didorong oleh bakat dan minat seseorang. Rasa mengilhami cipta, sedangkan karsa memperlancar untuk mewujudkan cipta. Cipta adalah tindakan nyata dan pemuasan atas pelaksanaan karsa.

Berdasarkan uraian di atas, cipta merupakan cetusan gagasan dari suatu penalaran sebagai hasil dari perpaduan fungsi-fungsi jiwa manusia yang terdiri akal pikiran, perasaan, kemauan, fantasi dan sebagainya yang didorong oleh kekuatan bakat dan minat sehingga tercipta suatu hasil karya (Penjelasan Visi dan Misi Pendidikan Pawiyatan Daha Kediri, 2006).

Penjabaran nilai-nilai yang terkandung dalam rasa, karsa, cipta dan bakti adalah sebagai berikut:

Rasa

- a) Dengan penuh kesadaran mengajarkan hal-hal yang diajarkan dan dianjurkan oleh agama dan menghindari diri dari hal-hal yang dilarang oleh agama (Ke-Taqwaan), serta beriman yang teguh kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- b) Menghormati dan sopan santun kepada orang tua, guru, pemerintah yang adil dan nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakat.
- c) Mengembangkan rasa kasih sayang kepada sesamanya dan makhluk Tuhan
- d) Membangkitkan saling percaya dan menghormati
- e) Memelihara dan memupuk sifat kesabaran dan rasa syukur
- f) Melakukan kebajikan terhadap setiap manusia yang membutuhkan pertolongan
- g) Mengembangkan sifat kejujuran dan sifat amanah.
- h) Mempertajam kepekaan terhadap kemanusiaan hak asasi manusia, keadilan dan kebenaran

Karsa

- a) Meningkatkan sumber daya manusia
- b) Meningkatkan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi secara optimal
- c) Mengembangkan penalaran dan berpikir kritis
- d) Menumbuhkan keinginan tahu lewat temuan- temuan melalui penelitian dan percobaan-percobaan (eksperimen)

Cipta

- a) Memperkaya budaya bangsa
- b) Mencerdaskan bangsa dan memajukan penghasilan masyarakat
- c) Kreatifitas menumbuhkan semangat hidup mandiri dan wiraswasta

Bakti

- a) Mengembangkan perasaan cinta kepada asyarakat
- b) Mengembangkan perasaan tanggung jawab sosial

- c) Meningkatkan keakraban dengan masyarakat, karena di dalam masyarakat merupakan sumber pengayaan pengalaman belajar dan sumber fasilitas untuk pendidik.

Meningkatkan dan memajukan masyarakat awam agar memiliki wawasan dalam ketrampilan yang memadai. (Penjelasan Visi dan Misi Pendidikan Pawyatan Daha Kediri, 2006). Proses penghayatan dan pengamalan Trisila (rasa, karsa, cipta dan bakti) adalah melalui proses Triwiyata yaitu mengembangkan peserta didik menjadi manusia yang berkepribadian (iman, taqwa, cerdas, cakap dan trampil) dan berbudaya (Indonesia) serta mampu hidup bernasyarakat.

Pendekatan yang digunakan untuk melaksanakan pendidikan di Universitas Pawyatan Daha adalah pendekatan Dwimarga (dua jalan) , yaitu jalan ajakan dan bimbingan. Jalan ajakan, memberi kesempatan kepada anak didik agar atas kesadarannya sendiri melaksanakan kegiatan Triwiyata, sedangkan jalan bimbingan, secara positif membawa atau membimbing anak didik untuk melaksanakan kegiatan Triwiyata (Penjelasan Visi dan Misi Pendidikan Pawyatan Daha Kediri, 2006).

a. Program Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha

Program Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha adalah program pendidikan untuk mewujudkan visi Universitas Pawyatan Daha yang mengacu pada visi Yayasan Pawyatan Daha.

Merujuk Pedoman Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha (2024), Adapun tujuan pendidikan karakter ini adalah untuk membentuk manusia:

1. Berakhlak mulia (akhlak beragama, akhlak pribadi, akhlak kepada manusia, akhlak kepada alam dan akhlak bernegara) dan beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME (taat beribadah (implementasi shalat berjamaah dan praktikum pengurusan jenazah) dan toleransi)
2. Santun (menghormati yang lebih tua, menyayangi yang lebih muda, berbuat baik kepada kedua orang tua, karip kerabat, anak-anak yatim, orang – orang miskin, tetangga dekat dan jauh serta teman sejawat)
3. Cerdas, bernalar kritis (mampu secara obyektif memproses informasi, baik kuantitas maupun kualitasnya dan membuat laporan ilmiah yaitu menyampaikan sesuatu berdasarkan fakta bukan analisa saja) dan kreatif (menghasilkan gagasan yang positif dan menghasilkan karya dan tindakan yang positif).

Implementasi pendidikan karakter Pawyatan Daha dalam bentuk kegiatankegiatan dan dikelompokkan dalam berbagai bidang, yaitu bidang pendidikan, olah raga dan seni, kewanitaan dan pengembangan Yayasan. Selain itu, nilai-nilai yang dikembangkan adalah berdasarkan pada Trisila (rasa, karsa dan

cipta). Adapun khusus untuk anak didik, yaitu siswa dan mahasiswa adalah bidang pendidikan dan olah raga dan seni di mana terdapat berbagai macam bentuk kegiatan seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Implementasi Pendidikan Karakter Pawyatan Daha

Kegiatan	Nilai – nilai yang dikembangkan		
	Rasa	Karsa	Cipta
Bidang Pendidikan 1. Program Siswa Asuh Sebaya (SAS)	Menumbuhkan rasa empati unuk memahami apa yang dirasakan orang lain, melihat sesuatu dari sudut pandang orang lain serta membayangkan diri sendiri di posisi tersebut	Termotivasi untuk selalu ringan tangan ataupun memberikan suatu bantuan kepada orang lain	Membentuk karakter generasi penerus Yayasan Pawyatan Daha Kediri dengan menumbuh kan sikap tolong menolong dan saling menghargai sesama teman/warga Pawyatan Daha, serta mempunyai suatu kepribadian dan karakter yang religius sesuai dengan tata aturan norma yang berlaku di masyarakat maupun lingkungan sekolah

<p>2. Program Jumat berbagi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menumbuh kan rasa simpati dan empati terhadap sesama. ○ Peduli terhadap kondisi hubungan sosial melalui kegiatan berbagi makanan/minuman untuk peserta didik atau teman yang lebih membutuhkan 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menumbuh kan dan meningkat kan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa ○ Menumbuh kan dan melatih pembiasa an diri untuk terbiasa berbagi rejeki bagi sesama ○ Menumbuhkan , memupuk dan membiasakan diri memiliki jiwa rela berkorban 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mencipta kan iklim hubungan sosial yang lebih kuat antar teman di lingkungan sekolah ○ Mencipta kan dan menanam kan kebangga an dalam diri sebagai bentuk rasa syukur atas limpahan rejeki yang diberikan Tuhan ○ Meningkatkan rasa bangga atas manfaat dari program Jumat berkah berbagi dan dengan bangga mencerita kan kegiatan tersebut kepada masyarakat luas
<p>3. Program Hari Adab Budaya untuk jenjang TK sampai denan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menumbuhkan rasa sopan santun dan beradab kepada siapapun (baik kepada guru, 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Meningkatkan keinginan untuk terus belajar dalam bertutur kata , bersikap 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Terciptanya perilaku yang beradab ,moral yang baik dalam
<p>Universitas dan kewirausahaan untuk jenjang SMP sampai dengan Universitas (2 minggu sekali setiap hari Rabu atau Kamis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ pegawai maupun teman sejawat) Menanamkan rasa asah, asih dan asuh dalam Pendidikan Sekolah 	<ul style="list-style-type: none"> ○ dan berperila ku yang baik Meningkatkan naluri untuk lebih menghormati antar sesama manusia. 	<p>hubungan sosial yang lebih erat dan terbiasa untuk saling menghormati orang lain.</p>

Bidang olah raga dan seni	Rasa	Karsa	Cipta
<p>1. Gelar Seni Budaya Pelajar Pawyatan Daha</p>	<p>Mensyukuri anugerah dan nikmat keindahan yang diberikan oleh Tuhan YME kepada manusia</p>	<p>Kreatif dan inovatif (mempunyai banyak ide)</p>	<p>Berjiwa seni yang tinggi</p>

2. Jelajah Sejarah Yayasan Pawyatan Daha	Situs Menganang, meneladani dan menghargai hasil jerih payah dan jasa para pendiri dan perintis Yayasan Pawyatan Daha	Timbul semangat jiwa kepawwatan dahan dalam setiap pribadi siswa	Terwujudnya generasi penerus Yayasan Pawyatan Daha dan rasa ikut memiliki
3. Pertandingan olah raga persahabatan antar unit sekolah di Yayasan Pawyatan Daha	Tumbuh rasa persatuan, persahabatan dan kekeluargaan antar siswa Pawyatan Daha	Muncul gagasan ingin kenal lebih dekat sesama siswa Pawyatan Daha	Kokohnya persatuan dan kesatuan antar siswa Pawyatan Daha
4. Perkemahan bakti Siswa Pawyatan Daha	Rasa kagum terhadap alam ciptaan Tuhan YME	Timbul ide mencintai, memelihara alam sekitarnya	Terciptanya kondisi alam yang terpelihara oleh manusia
5. Kerja bakti dan bakti sosial	Mempunyai rasa empati terhadap sesama	Muncul ide berbagi antar sesama dan saling menolong	Tumbuhnya insan yang berbudi luhur

Sumber: (Pedoman Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha, 2024)

b. Peran PRO/Humas dalam membangun citra positif melalui program Penguatan Pendidikan Karakter Pawyatan Daha

Dalam hal ini Universitas Pawyatan Daha menggunakan istilah Humas. Humas sudah tercantum dalam struktur organisasi Universitas Pawyatan Daha. Keberadaan atau kehadiran Humas tersebut salah satunya disebabkan oleh persaingan yang sangat ketat antar Perguruan Tinggi khususnya di wilayah Kediri dan sekitarnya.

Tantangan utama dari Humas adalah bagaimana Universitas Pawyatan Daha bertahan dan mampu bersaing. Salah satu indikator agar tetap bertahan dan mampu bersaing adalah dengan banyaknya jumlah mahasiswa. Sehubungan dengan hal tersebut Humas harus mampu membangun citra positif Universitas Pawyatan Daha agar animo masyarakat tinggi, khususnya calon mahasiswa. Citra yang dibangun adalah jenis citra keinginan (*Wish image*), yaitu citra yang benar-benar diinginkan oleh pihak manajemen untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi.

Universitas Pawayatan Daha memiliki keunggulan, dalam pengelolaannya memiliki keunikan yang tidak dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi lainnya, yaitu selain melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi juga melaksanakan Program Pendidikan Karakter Pawayatan Daha, yang implementasinya berdasarkan nilai-nilai Trisila. Unggulan ini adalah sarana untuk membangun citra positif Universitas Pawayatan Daha.

Untuk itu tugas Humas adalah mensosialisasikan atau menyampaikan informasi tentang keunggulan tersebut kepada masyarakat khususnya bagi calon mahasiswa, agar tercipta opini dan citra positif, sehingga Universitas Pawayatan Daha menjadi pilihan utama untuk melanjutkan studi, hal ini sesuai dengan salah satu *job descriptions* Humas dalam melakukan sosialisasi pada dasarnya Humas sedang melakukan kegiatan komunikasi. Komunikasi dalam kegiatan Humas adalah komunikasi dua arah atau timbal balik, Humas tidak sekedar menyampaikan informasi tapi dalam sosialisasi tersebut harus ada tanggapan atau respon positif dari publik sebagai dasar untuk membangun citra positif lembaga, sesuai peran Humas sebagai *Building Corporate Identity and Image*.

Untuk memudahkan melakukan sosialisasi, selain memahami materi sosialisasi yaitu tentang unggulan yang dimiliki seperti yang telah dijelaskan di atas, Humas harus melaksanakan peran sebagai *communicator* dan *relationship* agar, yaitu menjadi penghubung antara organisasi dengan publik dan membina hubungan positif dengan publik dan saling menguntungkan. Humas Universitas Pawayatan Daha sudah melaksanakan peran ini yaitu menjadi penghubung dan membina hubungan positif saling menguntungkan dengan publik eksternal dengan cara bekerja sama dengan sekolah – sekolah di dalam dan di luar lingkungan Yayasan Pawayatan Daha, khususnya sekolah-sekolah yang lulusannya akan melanjutkan studinya ke jenjang Pendidikan Tinggi, Instansi Pemerintah, Perbankan, perusahaan-perusahaan dan *home industry*.

Selain peran-peran tersebut di atas Humas juga berperan sebagai *back up management*, kegiatan-kegiatan Humas mendukung tujuan manajemen Universitas Pawayatan Daha, salah satu tujuannya adalah bagaimana agar animo masyarakat terhadap Universitas Pawayatan Daha tinggi, khususnya calon mahasiswa.

Alat yang digunakan Humas Universitas Pawyatan Daha, untuk melakukan sosialisasi atau menyampaikan informasi tentang keunggulannya adalah dengan menggunakan beberapa alat, yaitu

1. Publikasi, brosur Penerimaan Mahasiswa Baru
2. Acara, pertemuan rutin antara civitas akademika Universitas Pawyatan Daha dengan Yayasan Pawyatan Daha dengan tujuan agar civitas akademika Universitas Pawyatan Daha benar-benar memahami dan membantu tugas Humas dalam menginformasikan tentang unggulan tersebut.
3. Berita dan *Speech*, talk show di radio Bonanza dan di Dhoho TV
4. Media Identitas, dalam logo dan bendera serta hymne Pawyatan Daha terdapat kata-kata rasa, karsa, cipta dan bakti (Trisila).

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kehadiran Public Relations (PR) yang kegiatannya dilakukan oleh seorang *Public Relations Officer* (PRO) atau Humas dalam sebuah organisasi terutama dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat berperan penting dalam membangun citra positif, khususnya pada instansi Universitas Pawyatan Daha sebagai lembaga pendidikan tinggi.

Universitas Pawyatan Daha memiliki keunggulan, yaitu keunikan dalam pengelolaannya, selain melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, juga melaksanakan Program Penguatan Pendidikan Karakter Yayasan Pawyatan Daha yang implementasinya berdasarkan nilai-nilai Trisila. Unggulan ini merupakan sarana untuk membangun citra positif lembaga.

Peran Humas dalam hal ini adalah sebagai *Building corporate identity and image, communicator, relationship dan back up management* di mana alat yang digunakan Humas untuk menyampaikan informasi tentang keunggulan tersebut di atas adalah dengan publikasi, acara, berita, *speech* dan media identitas.

SARAN:

Humas Universitas Pawyatan Daha sudah menjalankan perannya dengan baik, namun masih harus meningkatkan kinerjanya agar tujuan dari kegiatan Humas yang sesuai dengan tujuan lembaga bisa tercapai dengan maksimal, efektif dan efisien, dengan cara memasukkan materi tentang unggulan tersebut di atas ke dalam kurikulum (Media Identitas) dan menambah alat yang digunakan untuk menjalankan tugasnya. Dalam hal ini, menggunakan alat dana sponsor dan kegiatan

layanan masyarakat, sehingga masyarakat akan lebih mengenal dan paham terhadap unggulan yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan memutuskan untuk melanjutkan studi di Universitas Pawayatan Daha.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmastuti, Rini. 2007. Etika PR dan E- PR. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Humas Indonesia. 2023. Mengenal 6 Jenis Alat Promosi Humas.
- Ishaq El Ropingi. 2015. Kuliah Public Relations Pengantar dan Praktik. Kediri: Stain Press.
- Kasali, Rhenald. 2008. Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kazee Digital. 2023. Apa itu Public Relations Officer dalam Perusahaan.
- Soemirat, Soleh dan Elinarno. 2003. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Universitas Pawayatan Daha, 2018. Statuta Universitas Pawayatan Daha. Kediri: Universitas Pawayatan Daha.
- Sulistyaningtyas, Devi Ike. 2007. Peran Startegis Public Relations di Perguruan Tinggi. Jurnal Ilmu Komunikasi vol. 4 Nomor 2.
- Yayasan Pawayatan Daha. 2006. Penjelasan Visi dan Misi Pendidikan Pawayatan Daha. Kediri: Yayasan Pawayatan Daha.
- Yayasan Pawayatan Daha. 2024. Pedoman Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter Pawayatan Daha. Kediri: Yayasan Pawayatan Daha.
- Year, Yulista. 2019. Peran Public Relations Dalam Membangun Reputasi Perguruan Tinggi. Jurnal Ilmiah Sustainable, vol 2 No.1, Bangka Belitung.