

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Dalam pembangunan jangka panjang bidang kesehatan sebagai upaya yang mendukung program *safe motherhood* ditetapkan, Target *Millenium Development Goals* (MDGs) terdiri dari 8 goal/ tujuan, 18 target dan 48 indikator untuk kurun waktu 1990 - 2015 dimana tujuan ke 4 sasaran pada tahun 2010 untuk menurunkan angka kematian ibu menjadi 125 per 100,000 kelahiran hidup dan angka kematian bayi menjadi 16 per 1.000 kelahiran hidup dan 5 yaitu meningkatkan kesehatan ibu. Untuk mendukung upaya kesehatan dan pencapaian sasaran tersebut diatas, diperlukan tenaga kesehatan dalam jumlah, jenis dan kualitas yang tepat dan dapat diandalkan khususnya dalam upaya penurunan Angka Kematian Ibu (AKI) dan Angka Kematian Bayi (AKB) di Indonesia.

Kebutuhan tenaga bidan mempunyai kemampuan menyelamatkan ibu dan anak dipenuhi melalui pendidikan kebidanan. Untuk menghasilkan tenaga bidan yang profesional perlu ditempuh program pendidikan yang dikembangkan berlandaskan pengembangan ilmu dan ketrampilan. Dalam rangka menunjang usaha kesehatan, dimana pemerintah mempersiapkan tenaga kesehatan yang siap pakai, maka Yayasan Pendidikan Bhakti Pertiwi Indonesia turut berperan aktif dalam mengadakan tenaga kesehatan khususnya tenaga ahli madya kebidanan, ahli madya keperawatan, sarjana keperawatan, dan sarjana kesehatan masyarakat.

Oleh karena itu Yayasan Pendidikan Bhakti Pertiwi Indonesia mutlak mempersiapkan diri menjawab tantangan tersebut secara terencana dan berkesinambungan baik yang berkaitan dengan tuntutan pengembangan bidang akademik maupun non akademik. Maka untuk mempersiapkan dan menghadapi tantangan itu perlu dikembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bhakti Pertiwi Indonesia dibina oleh Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta dalam naungan Pusat Pendidikan Tenaga Kesehatan Dep-Kes R.I dengan izin operasional Departemen Pendidikan Nasional dengan Surat Keputusan Nomor : 67/D/0/2009 dan sudah terakreditasi Badan Akreditasi Nasional Nomor: 012/BAN-PT/AK-VII/Dpl-III/X/2007.

Persaingan antar perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi swasta semakin ketat, terutama berubahnya status sejumlah PTN di republik ini menjadi badan hukum pendidikan milik negara (BHPM), sehingga PTN ini pun banyak membuka kelas-kelas nonreguler, di luar SPMB (seleksi penerimaan mahasiswa baru) sebagai program reguler.

Perubahan status PTN ini, pada kenyataannya telah menyedot mahasiswa PTS, dalam beberapa tahun berselang ini, masuk ke kelas non reguler PTN. Akhirnya, sejumlah PTS menjerit kekurangan mahasiswa, bahkan sejumlah PTS terancam kolaps atau tutup karenanya.

Persaingan yang semakin ketat antarperguruan tinggi, tentunya perlu dilakukan pendekatan strategi lain, yaitu sudah mulai harus mengedepankan aspek Tridarma perguruan tinggi melalui kegiatan atau upaya-upaya *Public Relations* (PR/humas).

Dunia humas sudah memasuki era yang disebut era kompetisi, di mana pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra (termasuk reputasi) menjadi sangat krusial (penting). Pencitraan dan reputasi perguruan tinggi (PT) sekarang ini bukan lokal lagi, tetapi harus *go national dan go international*.

Diibaratkan, Perguruan Tinggi jangan berenang di kolam, sedikitnya harus di danau dan sungai besar, kalau memungkinkan sudah harus mulai berenang di samudra yang luas, yang banyak ikannya untuk memperluas kiprah Perguruan Tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

Perguruan Tinggi, di era kompetisi, tentunya harus mampu bersaing agar tetap bisa meraup mahasiswa sesuai kapasitas yang ada, tidak lagi mengandalkan uang subsidi pemerintah dalam mengelola, tapi tetapi dituntut untuk mandiri, setidaknya ini berdampak terhadap uang kuliah calon mahasiswa yang cukup mahal.

Citra dan reputasi Perguruan Tinggi dibangun melalui kegiatan *Public Relations* (humas), karena humas semakin tidak bisa dicegah kehadirannya untuk kepentingan organisasi baik itu organisasi komersial (perusahaan) atau nonkomersial (perusahaan nirlaba).

Aktivitas humas sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara organisasi dan publiknya, yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan dan reputasi positif organisasi. Jadi kegiatan *Public Relations* tersebut sangat erat hubungannya

dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap masyarakat. Selain itu *Public Relations* dalam hal ini harus dapat mengamati beberapa hal yang diharapkan publik demi tercapai target marketing. Karena dalam membuat hal baru dibutuhkan pengamatan yang lebih mendalam terhadap publik.

Yayasan Pendidikan Bhakti Pertiwi Indonesia tercetus untuk membuka cabang dari STIKes Bhakti Pertiwi Indonesia, Jakarta yaitu di daerah Lubuk Linggau, Sumatera Selatan. Karena kebutuhan masyarakat Lubuk Linggau yang merupakan salah satu kotamadya di Sumatera Selatan akan kurangnya sarana pendidikan setelah jenjang Sekolah Menengah Atas. Adapun perguruan tinggi swasta di sekitar daerah tersebut, tetapi harus melalui jarak tempuh yang jauh. Sehingga para perempuan lulusan dari Sekolah Menengah Atas atau sederajat kurang mendapat dukungan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki lulusan tersebut. Membuka cabang baru dari STIKes Bhakti Pertiwi Indonesia merupakan sebuah tantangan yang harus dilewati. Kepercayaan masyarakat setempat sangat kurang itu merupakan kendala awal. Sebelumnya ada beberapa perguruan tinggi atau se derajat berdiri di Lubuk Linggau akan tetapi proses untuk mendapatkan ijin mendirikan perguruan tinggi tidak dilakukan secara legal, sehingga lulusan perguruan tinggi tersebut mendapatkan ijazah illegal atau tidak sah. Kekhawatiran masyarakat tersebut menjadi kendala dalam pembukaan cabang bagi STIKes Bhakti Pertiwi Indonesia.

Daerah Lubuk Linggau merupakan salah satu kota madya di Sumatera Selatan. Mungkin untuk sebagian masyarakat di Jakarta kurang

mengenal daerah Lubuk Linggau. Adapun penulis mengetahui sejarah tentang daerah tersebut, tahun 1929 status Lubuklinggau adalah sebagai Ibu Kota Marga Sindang Kelingi Ilir, dibawah Onder District Musi Ulu. Onder District Musi Ulu sendiri ibu kotanya adalah Muara Beliti. Tahun 1933 Ibukota Onder District Musi Ulu dipindah dari Muara Beliti ke Lubuklinggau. Tahun 1942-1945 Lubuklinggau menjadi Ibukota Kewedanaan Musi Ulu dan dilanjutkan setelah kemerdekaan. Pada waktu Clash I tahun 1947, Lubuklinggau dijadikan Ibukota Pemerintahan Propinsi Sumatera Bagian Selatan. Tahun 1948 Lubuklinggau menjadi Ibukota Kabupaten Musi Ulu Rawas dan tetap sebagai Ibukota Keresidenan Palembang.

Pada tahun 1956 Lubuklinggau menjadi Ibukota Daerah Swatantra Tingkat II Musi Rawas. Tahun 1981 dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 tanggal 30 Oktober 1981 Lubuklinggau ditetapkan statusnya sebagai Kota Administratif. Tahun 2001 dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2001 tanggal 21 Juni 2001 Lubuklinggau statusnya ditingkatkan menjadi Kota. Pada tanggal 17 Oktober 2001 Kota Lubuklinggau diresmikan menjadi Daerah Otonom.

Pembangunan Kota Lubuklinggau telah berjalan dengan pesat seiring dengan segala permasalahan yang dihadapinya dan menuntut ditetapkannya langkah-langkah yang dapat mengantisipasi perkembangan Kota, sekaligus memecahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Untuk itu diperlukan Manajemen Strategis yang diharapkan dapat mengelola dan mengembangkan Kota Lubuklinggau sebagai kota transit

ke arah yang lebih maju menuju Kota Metropolitan. Kota Lubuklinggau terletak pada posisi geografis yang sangat strategis yaitu di antara provinsi Jambi, Provinsi Bengkulu serta ibu kota provinsi Sumatera Selatan (Palembang) dan merupakan jalur penghubung antara Pulau Jawa dengan kota-kota bagian utara Pulau Sumatera

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan pokok, yaitu : “Bagaimana implementasi *marketing Public Relations* STIKES Bhakti Pertiwi pada pembukaan cabang baru di Lubuk Linggau, Sumatera Selatan

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah : “Untuk Mengetahui mengenai hasil dari implementasi *marketing Public Relations* STIKES Bhakti Pertiwi pada pembukaan cabang baru di Lubuk Linggau Sumatera Selatan agar masyarakat mengetahui akan keberadaan STIKES tersebut dan bagaimana menarik mahasiswa baru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis.

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan ilmu komunikasi, serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan ilmu komunikasi khususnya dibidang

kehumasan. Serta memberikan penambahan ilmu mengenai kehumasan sehingga bermanfaat dalam pengembangan kualitas dan kuantitas guna meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

2. Manfaat Praktis.

Dari segi praktis hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi *Public Relations* STIKes Bhakti Pertiwi Indonesia dalam membuat program marketing selanjutnya. Dapat terlihat kekurangan dan kelebihan dari implementasi yang sudah dijalankan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat penyusunan uraian secara singkat mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai teori-teori, definisi komunikasi, Public Relation, implementasi dan *marketing Public Relations*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan mengenal metode jenis penelitian kualitatif dengan metode yang digunakan, *Key Informan* dan *informan*, pengumpulan data, teknik analisa data, serta tempat dan waktu

penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang penguraian secara umum, secara mendalam, serta sasaran Penelitian berupa objek dan lokasi penelitian yang tersangkut dengan masalah yang diteliti. Pembahasan yaitu mengungkapkan, menjelaskan, dan membahas hasil penelitian, memberikan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan yang menyatakan hasil penelitian dan pembahasan. Saran menyatakan masukan ilmiah positif tentang masalah yang diteliti dan menjadi acuan bagi penyempurnaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

