

PERSEPSI MAHASISWA VOKASI KOMUNIKASI PEMINATAN *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP PROFESIONALISME

Mareta Maulidiyanti¹, Pijar Suciati²

¹Laboratorium Hubungan Masyarakat, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia

²Laboratorium Hubungan Masyarakat, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia

mareta20@ui.ac.id, suciati.pijar@ui.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Program Vokasi Komunikasi, Peminatan *Public Relations* mengenai profesionalisme PR di Indonesia dan bagaimana cara mahasiswa untuk meraih profesionalisme tersebut dalam perjalanan mereka dalam menuntut ilmu di Perguruan Tinggi. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan survey pada mahasiswa aktif Program Studi Vokasi Komunikasi, Peminatan *Public Relations* Angkatan 2015-2017. Jumlah populasi penelitian ini adalah 191 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini adalah 100 % dari responden mengetahui dan memahami dengan baik profesi *Public Relations*. Mereka juga mengetahui pekerjaan apa saja yang dilakukan oleh PR Profesional dan 70% responden tertarik menjadi PR yang profesional. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi calon praktisi Humas di masyarakat, khususnya para mahasiswa *Public Relations* yang ingin menjadi PR Profesional saat mereka memasuki dunia kerja. Selain itu, dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian persepsi profesi dalam ilmu komunikasi, khususnya kajian ilmu *Public Relations*.

Kata Kunci: *Public Relations*, Profesional, Persepsi

PENDAHULUAN

Peradaban di era modern sekarang ini berkembang dengan pesat. Semakin maju dan berkembangnya tingkat pikir serta perilaku manusia juga akan bersamaan dengan munculnya masalah dari gesekan-gesekan yang terjadi antara individu dengan individu dan juga individu dengan kelompok. Masalah muncul di berbagai tempat dan bidang yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, seperti politik, organisasi kerja, sosial, masyarakat bahkan pendidikan. Seorang ahli membutuhkan skill khusus sehingga dapat bertindak sesuai dengan problematika yang dihadapinya.

Seperti yang dituliskan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pendidikan diartikan sebagai proses pengubahan sikap dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan latihan; proses perbuatan; akademis Pendidikan yang berhubungan dengan bidang ilmu (Yandianto, 1996: 88).

Berdasarkan Undang – Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi disebutkan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian,

kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara. dalam undang undang ini, juga dijelaskan bahwa pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Menurut Jokowi “Agar menjadi tenaga kerja yang terlatih, terampil, agar terserap semuanya kedalam industri-industri kita. Kita ingin agar keahlian ketrampilan yang diajarkan di sekolah-sekolah vokasi harus benar-benar tersambung dengan dunia kerja, dengan kebutuhan industri. Ini harus ‘upgrade’, kita perbaiki, kita tingkatkan kompetensinya melalui program pelatihan kerja, pemagangan, program sertifikasi yang sudah kita mulai tapi harus kita perluas sesuai kebutuhan industri-industri kita”.

Menurut Broom dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations* (2009:7), humas adalah fungsi manajemen yang menetapkan dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik dimana keberhasilan dan kegagalannya tergantung kepada kedua pihak. Pengertian vokasi itu sendiri menurut Rupert Evans (1978) dalam makalah yang disusun oleh Budi Tri Siswanto (2011) yang berjudul *Pendidikan Vokasi, Work Based Learning*. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan vokasi mengajarkan mahasiswa untuk fokus kepada suatu bidang tertentu dengan sistem pendidikan yang telah diatur sedemikian rupa untuk menghasilkan tenaga kerja professional.

Menurut Menteri Perdagangan dalam artikel yang berjudul *Warta Ekspor, Peluang dan Tantangan Indonesia Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, adalah bentuk integrasi ekonomi regional yang direncanakan untuk dicapai pada tahun 2015. Tujuan utama MEA

2015 adalah menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi, yang mana terjadi arus barang, jasa, investasi dan tenaga terampil yang bebas.

METODE

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam pendekatan kuantitatif peneliti melakukan suatu rangkaian penelitian yang berawal dari sejumlah teori, kemudian dideduksikan menjadi suatu hipotesa dan asumsi suatu kerangka pemikiran yang terjabarkan dalam sebuah model analisa, terdiri dari variabel yang mengarah kepada operasionalisasi konsep (Brannen, 2002).

Penelitian deskriptif prinsipnya memiliki 7 (tujuh) tujuan yaitu: menyediakan profil yang tepat tentang suatu kelompok; menggambarkan suatu proses, mekanisme serta hubungan; memberikan gambaran verbal dan numerik misalnya persentase dari responden; menemukan informasi untuk merangsang penjelasan-penjelasan baru (*new explanations*); menampilkan latar belakang yang bersifat dasar dari sebuah informasi atau kejadian (Neuman, 2006)

2. Populasi dan Sampel

Adapun populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa jurusan komunikasi peminatan hubungan masyarakat yang tercatat sebagai mahasiswa aktif yaitu angkatan 2015-2017 di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia yang menjadi lokasi penelitian. Jumlah populasi penelitian ini adalah 191 mahasiswa. Jumlah sampel pada penelitian ini akan di hitung menggunakan rumus Slovin.

Gambar 3.1
 Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

- n : Ukuran sampel
- N : Ukuran populasi
- e : Presentase kesalahan yang di tolerir dalam pengambilan sampel, pada kasus ini menggunakan e = 2% (0,02)

Perhitungan jumlah sample menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{191}{1 + 191(2\%)^2}$$

$$n = \frac{191}{1 + 191(0,02)^2}$$

$$n = \frac{191}{1 + 191(0,0004)}$$

$$n = \frac{191}{1 + 0,0764}$$

$$n = \frac{191}{1,0764}$$

$$n = 177,4$$

$$n = 177$$

Untuk memilih responden yang akan diwawancara, yakni 177 mahasiswa komunikasi hubungan masyarakat di Progam Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia tersebut akan menggunakan *simple random sampling* dengan menggunakan alat bantu lembar acak. Jumlah responden terbagi rata seimbang antara siswa perempuan dan laki-laki.

Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia. Waktu pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berlokasi di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia yang berada di Kelurahan Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Provinsi Jawa Barat. Pengambilan data dilakukan pada bulan April – Mei 2018.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari:

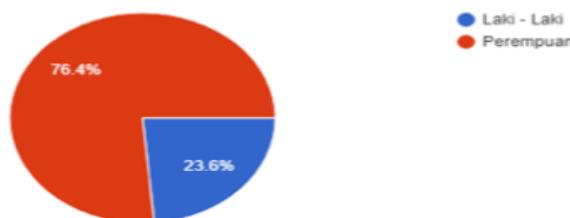
1. Dalam menjalankan penelitian ini, kami menggunakan metode survei dengan mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner yang kami gunakan adalah kuesioner berbasis digital, yaitu Google form.
2. Untuk memperoleh data sekunder, dilakukan pengambilan data dari beberapa jurnal, buku dan website yang sudah relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

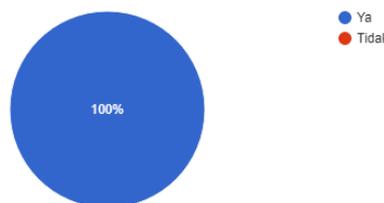
Kuesioner yang telah disebar sudah diisi oleh 106 responden yang terdiri dari mahasiswa *Public Relations* angkatan 2015 - 2017. Data-data tersebut didapatkan dari bagian awal kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Vokasi Universitas Indonesia jurusan *Public Relations* angkatan 2015 – 2017

Berdasarkan data yang kami dapatkan, dari 106 responden, 81 atau 76,4% berjenis kelamin perempuan dan 25 atau 23,% merupakan laki-laki.



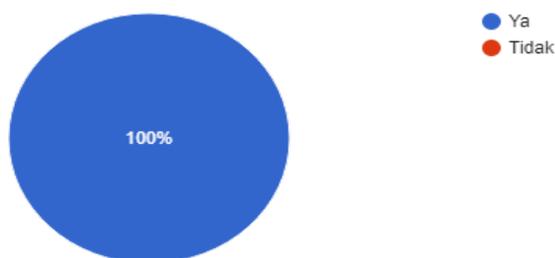
Gambar 1. Persentase Jenis Kelamin Responden

2. Profesionalisme PR



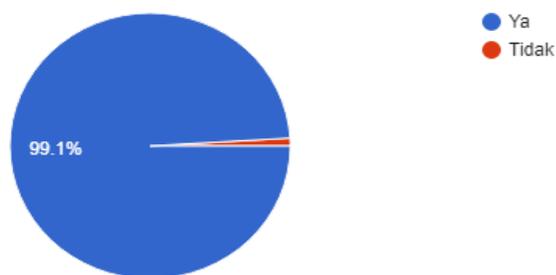
Gambar 4.2 . Pengertian Profesi

Diagram ini menunjukkan bahwa semua responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations* mengerti apa yang dimaksud dengan Profesi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa PR dari Program Vokasi Universitas Indonesia mengerti apa yang dimaksud dengan profesi.



Gambar 4.3 . Jawaban Responden

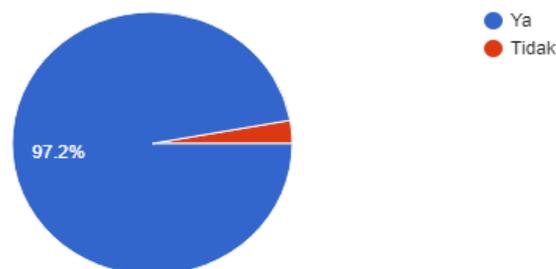
Diagram ini menunjukkan bahwa semua responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations* prigram Vokasi Universitas Indonesia mengerti apa yang dimaksud dengan Profesionalisme yaitu; (Longman:1987) profesionalisme ialah sifat-sifat (kemampuan, kemahiran, cara pelaksanaan sesuatu) sebagaimana yang sewajarnya dilakukan oleh seorang professional.



Gambar 4.4. Jawaban Responden

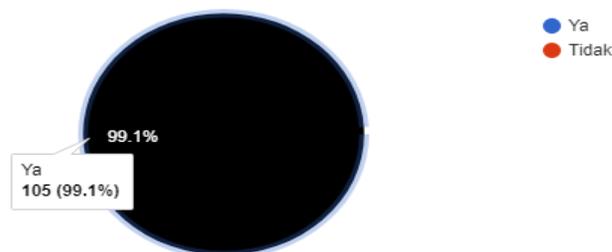
Diagram ini menunjukkan bahwa 99.1% responden yang terdiri dari mahasiswa *Public Relations* mengetahui apa yang dimaksud dengan profesi *Public Relations*. Seperti

definisi yang disebutkan oleh Howard Stephenson dalam bukunya *Hand Book of Public Relations* (1971) mengatakan bahwa definisi profesi humas adalah “*The practice of skilled art or service based on training, a body of knowledge, adherence to agree on standard of ethics.*”



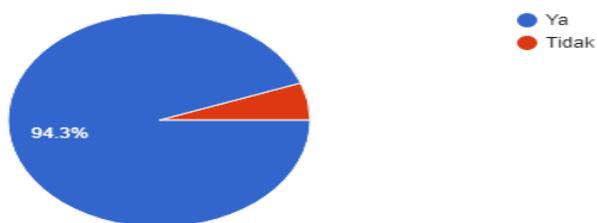
Gambar 4.5. Jawaban Responden

Diagram ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan mahasiswa PR hampir secara keseluruhan mengetahui definisi *Public Relations* yaitu ; menurut Broom dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations* (2009:7), humas adalah fungsi manajemen yang menetapkan dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan publik.



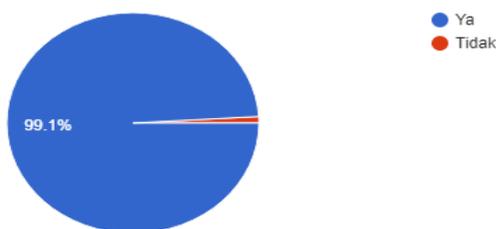
Gambar 4.6. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan bahwa dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 105 (99.1%) responden mengetahui fungsi dan peran PR. Sementara 1 (0.9%) responden tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan PR.



Gambar 4.7. Jawaban Responden

Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 100 (94.3%) responden mengetahui sejarah *Public Relations*, sementara 6 (5.7%) responden tidak mengetahui tentang sejarah *Public Relations*.



Gambar 4.8. Jawaban Responden

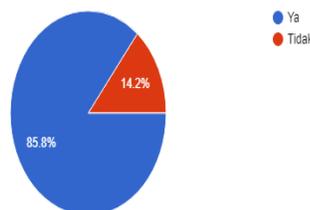
Diagram diatas menunjukkan bahwa hampir semua responden yang merupakan mahasiswa *Public Relations* Program Vokasi Universitas Indonesia mengetahui apa yang dimaksud dengan etika PR yaitu sebanyak 105 (99.1%), sementara 1 (0.9%) tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan etika PR.



Gambar 4.9. Jawaban Responden

Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 103 (97.2%) responden mengetahui

profesionalisme PR sementara 3 (2.8%) responden tidak mengetahui profesionalisme PR.

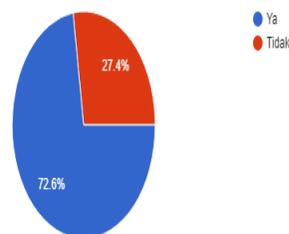


Gambar 4.10. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan bahwa dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 91 (85.5%) responden mengetahui kriteria untuk menjadi seorang PR Profesional, sementara 15(14.2%) responden tidak mengetahui kriteria untuk menjadi seorang PR Profesional. Menurut jurnal yang ditulis oleh Dhanny Melissa S. ada beberapa kriteria untuk menjadi seorang PR profesional yang berjudul “Profesionalisme Praktisi *Public Relations* di Bulgari Hotels and Resorts Bali dan Kayumanis Private Villas Bali” Keterampilan dan Pengetahuan. Seorang PR eksekutif harus memiliki beberapa keterampilan, diantaranya:

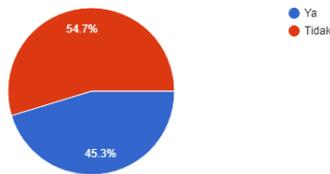
- Keterampilan komunikasi yang kuat (verbal, listening, writing)
- Keterampilan hubungan pelanggan dan asosiatif yang kuat
- Keterampilan organisasi yang kuat

3. Practice



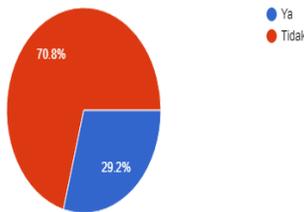
Gambar 4.11. Jawaban Responden

Diagram menunjukkan dari 106 responden, sebanyak 77 (72.6%) responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations* sudah pernah melaksanakan pekerjaan yang berhubungan dengan *Public Relations*, sementara 29 (27.4%) responden belum pernah melaksanakan pekerjaan yang berhubungan dengan *Public Relations*.



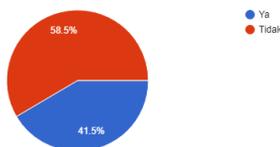
Gambar 4.12. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan bahwa dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 58 (54.7%) responden belum pernah magang di sebuah perusahaan yang menawarkan divisi kehumasan. Sementara 48 (45.3%) responden lainnya pernah magang di divisi kehumasan.



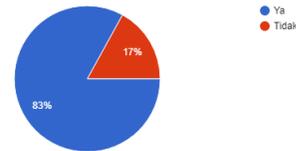
Gambar 4.13. Jawaban Responden

Diagram menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang terdiri dari mahasiswa jurusan PR belum pernah magang di sebuah perusahaan agency yaitu sebanyak 75 (70.8%) responden. Sementara itu, sebanyak 31 (29.2%) responden pernah magang di perusahaan agency.



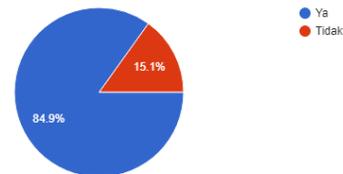
Gambar 4.14. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 58.5% atau 62 responden yang terdiri dari mahasiswa PR menyatakan bahwa mereka belum pernah bekerja di sebuah perusahaan dan mengerjakan pekerjaan atau tugas yang berhubungan dengan dunia PR, sementara 41.5% responden menyatakan mereka pernah bekerja di sebuah perusahaan dan mengerjakan pekerjaan yang berhubungan dengan dunia *Public Relations*



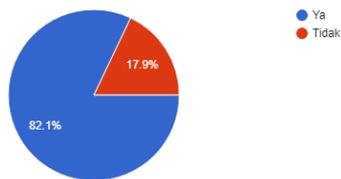
Gambar 4.15. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 83% atau 88 mahasiswa jurusan *Public Relations* menyatakan bahwa mereka pernah membuat printed material yang berhubungan dengan dunia PR, 17% atau 18 responden lainnya menyatakan bahwa mereka belum pernah membuat printed material yang berhubungan dengan dunia kehumasan.



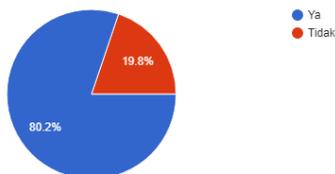
Gambar 4.16. Jawaban Responden

Dari 106 responden, sebanyak 84,9% atau 90 responden menyatakan bahwa mereka pernah membuat special event, special event merupakan salah satu bentuk kegiatan PR. Sementara 12.1% atau 26 responden lainnya menyatakan bahwa mereka belum pernah melakukan kegiatan membuat sebuah special event



Gambar 4.17. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa PR, sebanyak 87 (82.1%) responden melakukan kegiatan berupa fotografi untuk keperluan publikasi dan dokumentasi, sementara 19 (17.9%) responden tidak melakukan kegiatan fotografi untuk keperluan publikasi dan dokumentasi.



Gambar 4.18. Jawaban Responden

Diagram menunjukkan bahwa 106 responden yang merupakan mahasiswa PR, sebanyak 85 (80.2%) responden melaksanakan etika PR dalam kehidupan sehari-hari mereka, sementara 21 (19.8%) responden lainnya tidak melaksanakan etika PR dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam menjalankan tugasnya, seorang PR Profesional harus mengikuti kode etik humas. Berikut kode etik yang diterbitkan oleh IPRA:

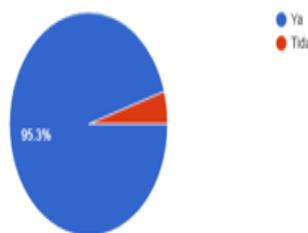
1. Integritas pribadi dan profesional, reputasi yang sehat, ketaatan pada konstitusi dan kode IPRA
2. Perilaku kepada klien dan karyawan :
 1. Memberlakukan klien dan karyawan dengan adil
 2. Tidak mewakili kepentingan yang berselisih bersaing tanpa persetujuan
 3. Menjaga kepercayaan klien dan karyawan
3. Perilaku terhadap publik dan media :

1. Memperhatikan kepentingan umum dan harga diri seseorang
2. Tidak merusak integritas media komunikasi
3. Tidak menyebarkan secara sengaja informasi yang palsu atau menyesatkan
4. Perilaku terhadap rekan kerja :
 1. Tidak menodai secara sengaja reputasi profesional atau praktek anggota lain
 2. Tidak berupaya mengganti anggota lain dengan kliennya
 3. Bekerja sama dengan anggota lain dalam menjunjung tinggi dan melaksanakan kode etik ini.



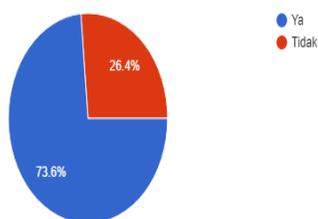
Gambar 4.19. Jawaban Responden

Diagram diatas memunjukkan dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 103 (97.2%) responden berpendapat bahwa profesionalisme di dunia PR akan mempengaruhi hasil kerja, sementara 3 (2.8%) responden lainnya berpendapat bahwa profesionalisme di dunia PR tidak mempengaruhi hasil kerja.



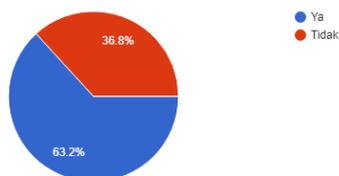
Gambar 4.20. Jawaban Responden

Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 101 (95.3%) responden berpendapat bahwa seorang praktisi PR harus memiliki pengalaman kerja di bidangnya, sementara sebanyak 5 (4.7%) responden berpendapat bahwa seorang praktisi PR tidak harus memiliki pengalaman kerja.



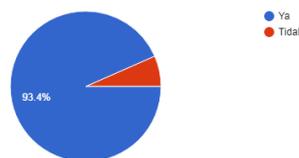
Gambar 4.21. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 78 (73.6%) mahasiswa berpendapat bahwa intensitas PR professional di Indonesia sudah banyak, sementara 28 (26.4%) responden lainnya berpendapat bahwa PR professional di Indonesia belum banyak.



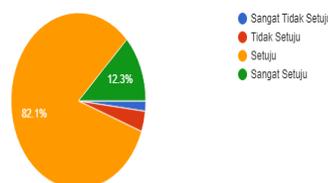
Gambar 4.22. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 67 (63.2%) responden berpendapat bahwa kuantitas PR professional di Indonesia sudah mencukupi, sementara sebanyak 39 (36.8%) responden lainnya berpendapat bahwa kuantitas PR professional di Indonesia belum mencukupi.



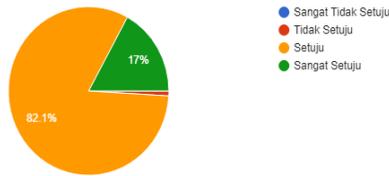
Gambar 4.23. Jawaban Responden

Diagram diatas menunjukkan dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 99 (93.4%) responden berpendapat bahwa seorang PR harus bersertifikasi agar menjadi seorang PR Profesional, sementara sebanyak 7 (6.6%) responden lainnya berpendapat bahwa seorang PR tidak harus bersertifikasi agar menjadi seorang PR Profesional.



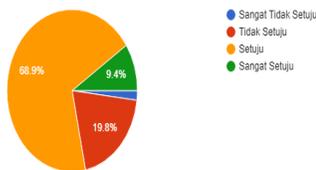
Gambar 4.24. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 87 (82.1%) responden setuju bahwa dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan pendidikan dan karir sebagai *Public Relations* dan 13 (12.3%) responden menyatakan sangat setuju bahwa dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan pendidikan dan karir sebagai *Public Relations*. Sementara itu, sebanyak 4 (3.8%) responden menyatakan tidak setuju jika dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan pendidikan dan karir sebagai *Public Relations* dan sebanyak 2 (1.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan pendidikan dan karir sebagai *Public Relations*.



Gambar 4.25. Jawaban Responden

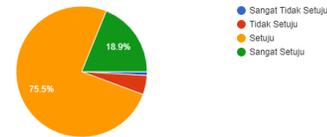
Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan Public Relations, sebanyak 87 (82.1%) responden setuju dirinya memiliki rasa empati yang tinggi terhadap orang-orang yang tekun dan berkarir sebagai *Public Relations* dan sebanyak 18 (17%) responden menyatakan sangat setuju bahwa dirinya memiliki rasa empati yang tinggi terhadap orang-orang yang tekun dan berkarir sebagai *Public Relations*. Sementara itu, 1 (0.9%) responden menyatakan tidak setuju bahwa dirinya memiliki rasa empati yang tinggi terhadap orang-orang yang tekun dan berkarir sebagai *Public Relations*.



Gambar 4.26. Jawaban Responden

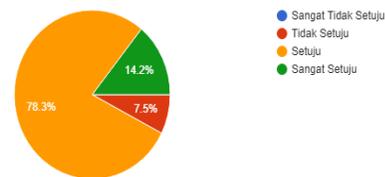
Diagram diatas menunjukkan bahwa dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 73 (68.9%) responden setuju dirinya memiliki latar belakang agama yang mendukung profesi *Public Relations* dan 10 (9.4%) responden sangat setuju dirinya memiliki latar belakang agama yang mendukung profesi *Public Relations*. Sementara itu, sebanyak 21 (19.8%) responden menyatakan tidak setuju jika dirinya memiliki latar belakang agama yang mendukung profesi *Public Relations* dan sisanya yaitu 2 (1.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju dirinya memiliki latar

belakang agama yang mendukung pofesi *Public Relations*.



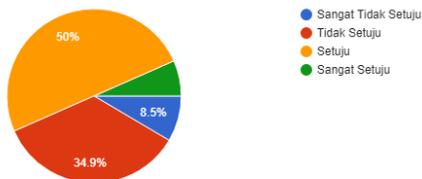
Gambar 4.27. Jawaban Responden

Diagram menunjukkan dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 80 (75.5%) responden setuju dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan karir sebagai *Public Relations* dan 20 (18.9%) responden sangat setuju dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan karir sebagai *Public Relations*. Sementara sebanyak 5 (4.7%) responden tidak setuju dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan karir sebagai *Public Relations* dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju jika dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan karir sebagai *Public Relations*.



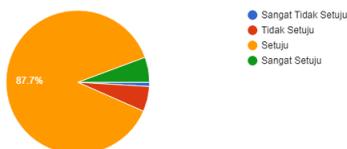
Gambar 4.28. Jawaban Responden

Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 83 (78.3%) responden setuju jika mereka memiliki latar belakang budaya yang mendukung *Public Relations*, 15 (14.4%) responden lainnya sangat setuju jika mereka memiliki latar belakang budaya yang mendukung *Public Relations*. Sementara sebanyak 8 (7.5%) responden menyatakan tidak setuju jika memiliki latar belakang budaya yang mendukung *Public Relations*.



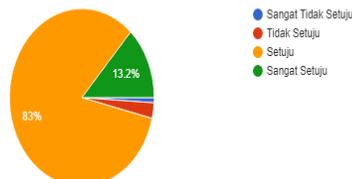
Gambar 4.29. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 53 (50%) responden menyatakan setuju program pendidikan vokasi merupakan pilihan pertama mereka setelah lulus SMA/SMK sedangkan 7 (6.6%) responden menyatakan sangat setuju jika program pendidikan vokasi merupakan pilihan pertama mereka setelah lulus SMA/SMK. Sementara, sebanyak 37 (34.9%) responden menyatakan tidak setuju program pendidikan vokasi merupakan pilihan pertama mereka setelah lulus SMA/SMK dan 9 (8.5%) responden lainnya sangat tidak setuju program pendidikan vokasi merupakan pilihan pertama mereka setelah lulus SMA/SMK.



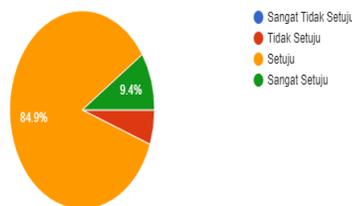
Gambar 4.30. Jawaban Responden

Dari 106 responden yang merupakan mahasiswa PR, sebanyak 93 (87.7%) responden setuju orang tua mereka mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi dan sebanyak 6 (5.7%) responden sangat setuju orang tua mereka mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi. Selain itu, sebanyak 6 (5.7%) responden menyatakan tidak setuju orang tua mereka mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju jika orang tua mereka mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi.



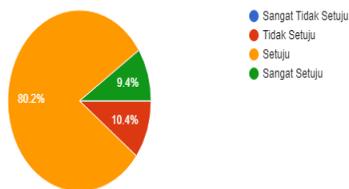
Gambar 4.31. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 88 (83%) responden setuju bahwa orang tua mereka mendukungnya untu bekerja di bidang PR dan 14 (13.2%) responden sangat setuju jika orang tua mereka mendukungnya untu bekerja di bidang PR. Sementara 3 (2.8%) responden tidak setuju jika orang tua mereka mendukungnya untu bekerja di bidang PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak jika orang tua mereka mendukungnya untu bekerja di bidang PR.



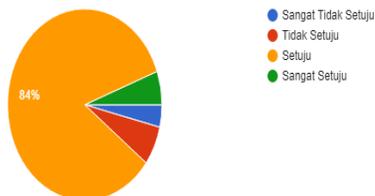
Gambar 4.32. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa *Public Reations*, sebanyak 90 (84.9%) responden setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi dan 10 (9.4%) responden sangat setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi. Sementara 6 (5.7%) responden menyatakan tidak setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi.



Gambar 4.33. Jawaban Responden

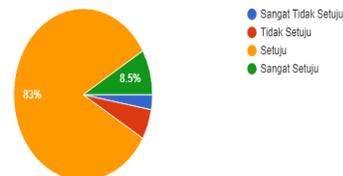
Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 85 (80.2%) responden setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR dan 10 (9.4%) responden menyatakan sangat setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR. Sementara 11 (10.4%) responden tidak setuju jika teman-temannya mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR.



Gambar 4.34. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 89 (84%) responden setuju media massa mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi dan 6 (5.7%) responden menyatakan sangat setuju media massa mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi. Sementara, 7 (6.6%) responden tidak setuju media massa mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi dan 4 (3.8%) responden lainnya menyatakan sangat tidak setuju media massa mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi. Pengertian vokasi itu sendiri menurut Rupert Evans (1978) dalam makalah yang disusun oleh Budi Tri Siswanto (2011) yang berjudul

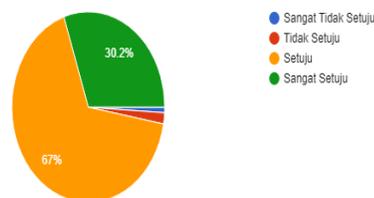
Pendidikan Vokasi, Work Based Learning, Dan Penyelenggara Program Praktik Pengalaman Lapangan.



Gambar 4.35. Jawaban Responden

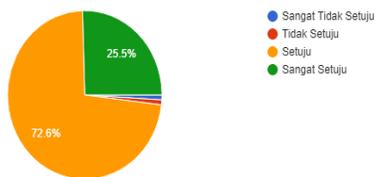
Dari 106 responden terdiri dari mahasiswa PR, sebanyak 88 (83%) responden menyatakan setuju media massa mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR dan 9 (8.5%) responden lainnya menyatakan sangat setuju media massa mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR. Semetara, 6 (5.7%) responden menyatakan tidak setuju media massa mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR dan 3 (2.8%) responden lainnya menyatakan sangat tidak setuju media massa mendukung dirinya untuk bekerja di bidang PR.

4.2.2.2 Registrasi



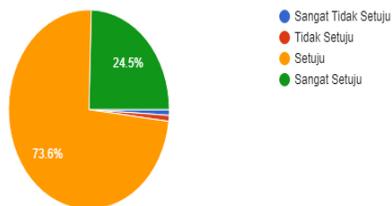
Gambar 4.36. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 71 (67%) responden merasa profesionalisme PR baik untuk diikuti dan diterapkan dan 32 (30.2%) responden sangat setuju bahwa dirinya merasa profesionalisme PR baik untuk diikuti. Sementara 2 (1.9%) responden menyatakan tidak setuju bahwa profesionalisme PR baik untuk diikuti dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini.



Gambar 4.37. Jawaban Responden

Dari 106 mahasiswa jurusan *Public Relations* yang menjadi responden dalam survey ini, sebanyak 77 (72.6%) responden menyatakan dirinya merasa jika profesionalisme PR memiliki dampak positif untuk perkembangan karir dirinya dan sebanyak 27 (25.5%) responden menyatakan sangat setuju dirinya merasa jika profesionalisme PR memiliki dampak positif untuk perkembangan karir dirinya. Sementara itu, 1 (0.9%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju dirinya merasa jika profesionalisme PR memiliki dampak positif untuk perkembangan karir individu tersebut.

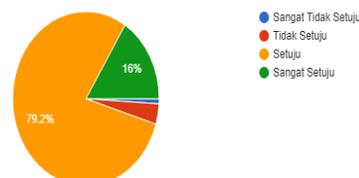


Gambar 4.38. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 78 (73.6%) responden menyatakan setuju dirinya merasa profesionalisme PR dapat membantu dirinya untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya, sementara 26 (24.5) responden menyatakan sangat setuju dirinya merasa profesionalisme PR dapat membantu dirinya untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Sementara itu 1 (0,9%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (0.9) responden menyatakan

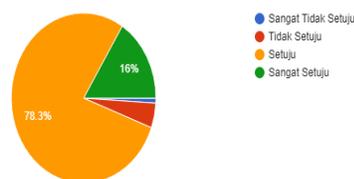
sangat tidak setuju dirinya merasa profesionalisme PR dapat membantu dirinya untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya.

4.2.2.3 Intepretasi



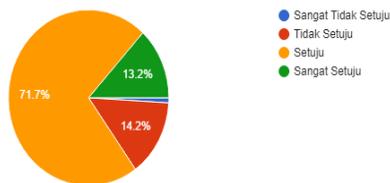
Gambar 4.39. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, 84 (79.2%) responden menyatakan setuju dan 17 (16%) responden menyatakan sangat setuju mereka menjadikan profesionalisme PR sebagai salah satu alasan mereka untuk menjalani pendidikan PR. Sementara itu 4 (3.8%) responden menyatakan tidak setuju mereka Profesionalisme PR merupakan salah satu alasan dirinya untuk menjalani pendidikan PR, dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini.



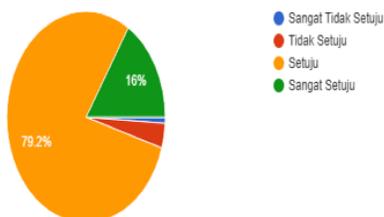
Gambar 4.40. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 83 (78.3%) responden tertarik untuk mengikuti workshop/training agar bisa meningkatkan profesionalisme PR dan 16% atau 17 responden lainnya sangat setuju akan pernyataan ini. Sementara itu, 5 (4.7%) responden tidak tertarik untuk mengikuti program workshop atau training dan 1 (0.9%) menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan tersebut.



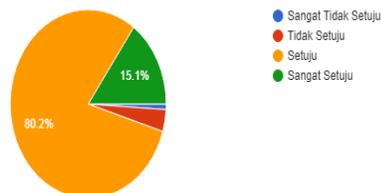
Gambar 4.41. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations*, sebanyak 76 (71.7%) responden menyatakan setuju dan 14 (13.2%) responden sangat setuju bahwa dirinya menyukai dan aktif dalam mencari informasi tentang profesionalisme PR, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sadar akan pentingnya profesionalisme PR sehingga mereka secara inisiatif aktif mencari materi tersebut. Sementara itu, sebanyak 15 (14.2%) responden menyatakan tidak setuju bahwa dirinya menyukai dan aktif dalam mencari informasi tentang profesionalisme PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini.



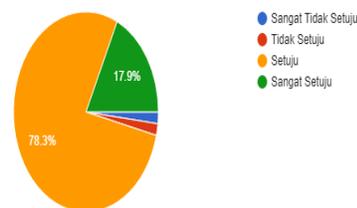
Gambar 4.42. Jawaban Responden

Sebanyak 84 (79.2%) dari 106 total responden merupakan mahasiswa jurusan *Public Relations* menyatakan mereka setuju dan 17 (16%) lainnya menyatakan sangat setuju bahwa dirinya akan menjalankan profesionalisme PR untuk mengukuhkan profesinya sebagai PR. Sementara itu, 4 (3.8%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju dirinya akan menjalankan profesionalisme PR dengan tujuan mengukuhkan profesinya sebagai seorang PR.



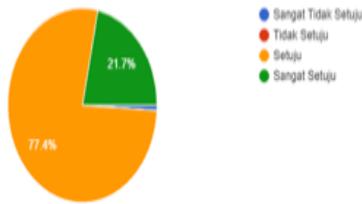
Gambar 4.43. Jawaban Responden

Dari 106 responden merupakan mahasiswa PR, 85 (80.2%) responden menyatakan setuju mereka akan menjalankan profesionalisme PR karena sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka dan 16 (15.1%) mahasiswa lainnya menyatakan sangat setuju akan pernyataan ini. Sementara itu, 4 (3.8%) responden menyatakan bahwa mereka tidak setuju akan menjalankan profesionalisme PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini.



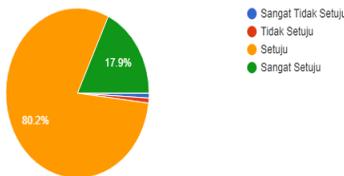
Gambar 4.44. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 83 (78.3%) responden menyatakan setuju mereka akan menjalankan profesionalisme PR untuk menghadapi MEA dan 19 (17.9%) responden sangat setuju akan pernyataan ini. Sementara itu 2 (1.9%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (1.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju akan hal ini. Menurut Menteri Perdagangan dalam artikel yang berjudul *Warta Ekspor, Peluang dan Tantangan Indonesia Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, adalah bentuk integrasi ekonomi regional yang direncanakan untuk dicapai pada tahun 2015. Tujuan utama MEA 2015 adalah menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi.



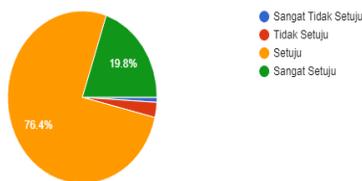
Gambar 4.45. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 82 (77.4%) responden yang merupakan mahasiswa PR menyatakan setuju mereka akan menjalankan profesionalisme PR agar dapat bersaing di dunia kerja dan 23 (21.7%) responden menyatakan sangat setuju akan hal ini. Sementara 1 (0.9%) respnden tidak setuju akan pernyataan ini.



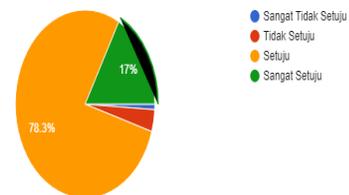
Gambar 4.46. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 85 (80.2%) responden yang merupakan mahasiswa PR, menyatakan setuju mereka akan menjalankan profesionalisme PR sebagai bargaining power saat memasuki dunia kerja dan 19 (17.9%) responden sangat setuju mengenai pernyataan ini. Sementara 1 (0.9%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (0.9%) responden mengatakan sangat tidak setuju dirinya akan menjalankan profesionalisme PR sebagai bargaining power saat memasuki dunia kerja.



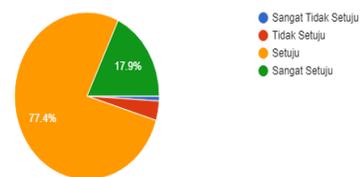
Gambar 4.47. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 81 (76.4%) responden menyatakan mereka setuju bahwa mereka akan menjalankan profesionalisme PR untuk membuktikan bahwa dirinya merupakan seorang PR yang kompeten, 21 (19.8%) responden lainnya menyatakan mereka sangat setuju akan pernyataan ini. Sementara 3 (2.8%) responden menyatakan tidak setuju akan menjalankan profesionalisme PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan ini.



Gambar 4.48. Jawaban Responden

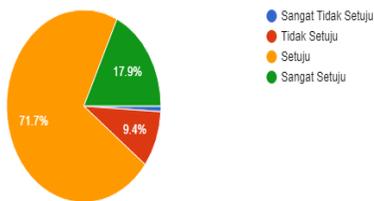
Dari 106 responden, 83 (78.3%) responden setuju dirinya merupakan orang yang akan mengejar karir dengan serius dan akan menjalankan profesionalisme PR dan 18 (17%) responden lainnya menyatakan sangat setuju akan hal ini. Sementara 4 (3.8%) responden menyatakan tidak setuju dirinya merupakan orang yang akan mengejar karir dengan serius dan akan menjalankan profesionalisme PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak setuju.



Gambar 4.49. Jawaban Responden

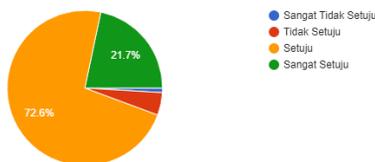
Dari 106 responden, 82 (77.4%) responden menyatakan setuju mereka merupakan pribadi yang tekun dalam menjalani sebuah profesi dan akan menjalankan profesionalisme PR dan 19 (17.9%) responden lainnya sangat setuju mereka adalah pribadi

yang tekun dalam menjalani sebuah profesi. Sementara 4 (3.8%) responden tidak setuju dirinya merupakan pribadi yang tekun dalam menjalani sebuah profesi dan akan menjalankan profesionalisme PR dan 1 (0.9%) responden menyatakan sangat tidak. Hal ini menunjukkan responden kebanyakan merupakan mahasiswa *Public Relations* program vokasi Universitas Indonesia merupakan pribadi yang tekun dan akan menjalankan profesionalisme PR.



Gambar 4.50. Jawaban Responden

Dari 106 responden, (71.7%) responden menyatakan mereka setuju bahwa mereka merupakan individu yang rajin mengumpulkan portofolio dan akan menjalankan profesionalisme PR dan (17.9%) atau 17 responden lainnya menyatakan sangat setuju akan hal ini. Sementara (0.9) atau 1 orang responden menyatakan sangat tidak setuju dan (9.4%) 10 responden lainnya menyatakan tidak setuju bahwa mereka merupakan individu yang rajin mengumpulkan portofolio.



Gambar 4.51. Jawaban Responden

Dari 106 responden, 72.6% atau 77 orang setuju bahwa mereka merupakan orang yang sangat dinamis dan akan menjalankan profesi PR. Sebagai seorang PR, individu dituntut untuk menjadi pribadi yang dinamis dalam menjalankan pekerjaannya dan dalam kehidupan sehari-hari, 21.7% atau 23 responden lainnya menyatakan sangat setuju akan hal ini. sementara 5 (4.7) responden lainnya

menyatakan tidak setuju bahwa mereka merupakan pribadi yang dinamis dan akan menjalankan profesionalisme PR dan sisanya yaitu 1 (0.9) responden menyatakan sangat tidak setuju akan hal ini.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis, dapat disimpulkan 100% responden mengetahui apa yang dimaksud dengan profesi, 100% mengetahui apa yang dimaksud dengan profesionalisme, 99,1% mengetahui profesi *public relations*, 97,2% mengetahui definisi dari *public relations*, 99,1% mengetahui fungsi dan peran *public relations*, 94,3% mengetahui sejarah *public relations*, 99,1% mengetahui apa yang dimaksud dengan etika *public relations*, 97,2% mengetahui profesionalisme *public relations*, 85,5% mengetahui kriteria menjadi seorang *public relations* profesional, 72,6% pernah melaksanakan pekerjaan yang berhubungan dengan *public relations*, 45,3% pernah magang di divisi kehumasan, 29,2% pernah magang di perusahaan *agency*/, 41,5% pernah bekerja di sebuah perusahaan dan mengerjakan pekerjaan yang berhubungan dengan dunia *public relations*, 83% pernah membuat *printedmaterial* yang berhubungan dengan dunia *public relations*, 84,9% pernah membuat sebuah *special event*, 82,1% melakukan kegiatan berupa fotografi untuk keperluan publikasi dan dokumentasi, 80,2% melaksanakan etika *public relations* dalam kehidupan sehari-hari, 97,2% menyatakan profesionalisme di dunia *public relations* akan mempengaruhi hasil kerja, 95,3% berpendapat seorang praktisi *public relations* harus memiliki pengalaman kerja di bidangnya, 73,6% berpendapat intensitas *public relation* profesional di Indonesia sudah banyak, 63,2% berpendapat kuantitas *public relations* profesional di Indonesia sudah mencukupi kebutuhan, 93,4% berpendapat seorang *public relations* harus bersertifikasi agar menjadi seorang *public relations* profesional.

Selain itu, 82% setuju dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan pendidikan dan karir sebagai *public relations*, 82,1% setuju dirinya memiliki rasa empati yang tinggi terhadap orang-orang yang tekun dan berkarir sebagai *public relations*, 68,9% responden setuju dirinya memiliki latar belakang agama yang mendukung profesi *public relations*, 75,5% setuju dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan karir sebagai *public relations*, 78,3% setuju jika mereka memiliki latar belakang budaya yang mendukung *public relations*, 50% menyatakan setuju program pendidikan vokasi merupakan pilihan pertama mereka setelah lulus SMA/SMK, 87,7% setuju bahwa orang tua mereka mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program pendidikan vokasi, 83% setuju bahwa orang tua mereka mendukungnya untuk bekerja di bidang *public relations*, 84,9% setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi, 80,2% setuju bahwa teman-temannya mendukung dirinya untuk bekerja di bidang *public relations*, 84% setuju bahwa media massa mendukung dirinya untuk melanjutkan pendidikan di program vokasi, 83% menyatakan setuju bahwa media massa mendukung dirinya untuk bekerja di bidang *public relations*.

Kemudian, 67% merasa bahwa profesionalisme *public relations* baik untuk diikuti dan diterapkan, 72,6% menyatakan bahwa dirinya merasa jika profesionalisme *public relations* memiliki dampak positif untuk perkembangan karir dirinya, 73,6% menyatakan setuju bahwa dirinya merasa profesionalisme *public relations* dapat membantu dirinya mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya, 79,2% menyatakan setuju bahwa mereka menjadikan profesionalisme *public relations* sebagai salah satu alasan

mereka untuk menjalani pendidikan *public relations*, 78,3% tertarik untuk mengikuti *workshop/training* agar bisa meningkatkan profesionalisme *public relations*, 71,7% menyatakan setuju bahwa dirinya menyukai dan aktif dalam mencari informasi tentang profesionalisme *public relations*, 79,2% menyatakan setuju bahwa dirinya akan menjalankan profesionalisme *public relations* untuk mengukuhkan profesinya sebagai *public relations*, 80,2% menyatakan setuju bahwa mereka akan menjalankan profesionalisme *public relations* karena sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka, 78,3% menyatakan setuju bahwa mereka akan menjalankan profesionalisme *public relations* untuk menghadapi MEA, 77,4% responden menyatakan setuju bahwa mereka akan menjalankan profesionalisme *public relations* agar dapat bersaing di dunia kerja, 80,2% menyatakan setuju bahwa mereka akan menjalankan profesionalisme *public relations* sebagai *bargaining power* saat memasuki dunia kerja, 76,4% menyatakan bahwa mereka setuju akan menjalankan profesionalisme *public relations* untuk membuktikan bahwa dirinya merupakan seorang *public relations* yang kompeten, 78,3% setuju bahwa dirinya merupakan orang yang akan mengejar karir dengan serius dan akan menjalankan profesionalisme *public relations*, 77,4% setuju bahwa mereka merupakan pribadi yang tekun dalam menjalankan sebuah profesi dan akan menjalankan profesionalisme *public relations*, 71,7% setuju bahwa mereka merupakan individu yang rajin mengumpulkan portofolio dan akan menjalankan profesionalisme *public relations*, 72,6% setuju bahwa mereka merupakan orang yang sangat dinamis dan akan menjalankan profesi *public relations*.

REFERENSI

Asunta, Laura (2016). *The Role, the Goal and the Soul of Professional Public Relations Developing a Holistic Model of PR Professionalism*. University of Jyväskylä : Publishing Unit, University Library of Jyväskylä

Badudu, J.S. (2003). *Kamus Kata-Kata Serapan Asing Dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas

Dhanny Melissa Siswando. (2010) *Profesionalisme Praktisi Public Relations di Bulgari Hotels and Resorts dan Kayumanis Private Villas Bali*. Uluwatu

Fred E. Jandt. (2010). *An Introduction to Intercultural Communication Identities in a*

Global Community (6th ed.). Los Angeles : SAGE

Glen M. Broom, Scott M. Cutlip, Allen H. Center. (2009) *Effective Public Relations* (8th ed.). New Jersey : Pearson

Horward Stephenson, *Hand book of Public Relations*. (1971). Dalam jurnal

Sayifuddin Zuhri, *Etika Profesi Public Relations*

N. Tri Suswanto Saptadi. *Pengertian Profesi dan Profesionalisme*. Makasar, 28 Maret 2016

Republik Indonesia. 2012. *Undang – Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi*. Lembaran Negara RI Tahun 2012, No. 158. Sekretariat Negara. Jakarta