

Karakteristik Dosen dalam Memopulerkan Perguruan Tingginya melalui Facebook dan Twitter

ANNE RATNASARI¹, YUSUF HAMDAN², AMINUDDIN IRFANI³

¹&²Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, ³Fakultas Ekonomi Unisba,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung

Email : ¹anne_ratna@yahoo.co.id, ²yusuf.hamdan@gmail.com, ³aminuddin_irfani@yahoo.com

Abstract. One of the lecturers activities in popularizing college by making posts on facebook and twitter. This article is the result of research that aimed to analyze the character, competence and strength of lecturers in popularizing college via facebook and twitter. Using qualitative research methods, design of case studies. Informants are lecturers Kopertis Region IV West Java - Banten selected as Outstanding Lecturer. The results are, college can be popularized by lecturer through facebook. Lecturers have good character, being able to communicate the vision of college, perceived as a good man, and has a good personality. Lecturers also have competence as a trustworthy person, have a commitment to make a change for the better, able to develop themselves, perceived as people who have the power to maintain their profession well, and can maintain ethics as Outstanding Lecturer. Through twitter, lecturers will get a good response from the public regarding their performance.

Keywords : lecturer, college, facebook, twitter

Abstrak. Salah satu aktivitas dosen dalam memopulerkan perguruan tingginya dengan membuat tulisan di *facebook* dan *twitter*. Artikel ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan menganalisis karakter, kompetensi, dan kekuatan dosen dalam memopulerkan perguruan tingginya melalui *facebook* dan *twitter*. Metode penelitian menggunakan kualitatif, desain studi kasus. Informan adalah dosen Kopertis Wilayah IV Jawa Barat - Banten yang terpilih sebagai Dosen Berprestasi. Hasil penelitian menemukan, dosen dapat memopulerkan perguruan tingginya melalui *facebook*, dosen memiliki karakter yang baik, karena mampu mengomunikasikan visi perguruan tingginya, dipersepsi sebagai orang baik, dan memiliki kepribadian apa adanya. Dosen juga memiliki kompetensi sebagai orang yang dapat dipercaya, mempunyai komitmen membuat perubahan ke arah lebih baik, mampu mengembangkan diri, dipersepsi sebagai orang yang memiliki kekuatan untuk menjalankan profesi dengan baik, dan dapat menjaga etika sebagai Dosen Berprestasi. Melalui *twitter* dosen mendapat respons yang baik mengenai performa dirinya dari masyarakat.

Kata kunci : dosen, perguruan tinggi, facebook, twitter

Pendahuluan

Aktivitas mengomunikasikan apa yang telah dicapai oleh seseorang, apakah tokoh publik, tokoh politik, dan kalangan lainnya, termasuk dosen, masuk pada salah satu kegiatan komunikasi pemasaran, khususnya merek. Menurut Waringin (2008: 2-4), merek masuk pada aliran mengingatkan.

Dalam konsep merek, terdapat satu kegiatan yang ditujukan untuk mengelola merek perorangan, supaya orang tersebut memiliki citra seperti yang diharapkan.

Kegiatan tersebut selain dapat dilakukan secara tatap muka, juga dapat menggunakan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

Pengguna *facebook* di Indonesia ada 43,06 juta orang, tertinggi ketiga di dunia. Pengguna media ini tidak hanya remaja, juga bapak-bapak atau ibu-ibu, dan digunakan antara lain, untuk sarana berbelanja, sedangkan pengguna *twitter* Indonesia berada di urutan tertinggi kelima di dunia, dengan 19,5 juta pengguna (*Supratiwi dalam ANTARANews*. 21 Juni 2012).

Received: 27 Agustus 2015, **Revision:** 12 November 2015, **Accepted:** 22 Desember 2015

Print ISSN: 0215-8175; **Online ISSN:** 2303-2499. Copyright©2015. Published by Pusat Penerbitan Universitas (P2U) LPPM Unisba Terakreditasi SK Kemendikbud, No.040/P/2014, berlaku 18-02-2014 s.d 18-02-2019