Proses	Penanggungjawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tandatangan	
1. Perumusan	Dina Agustina Situmorang, SH.	Ketua Tim Perumus		4-02-2020
2. Pemeriksa	Lolom Evalita Hutabarat, S.T.,M.T	WRKK		11-02-2020
3. Persetujuan	Prof.Dr.Setia Bangun, M.Ed	Ketua Senat UKI		17-02-2020
4. Penetapan	Dipl.-Ing. Salomo Panjaitan	Ketua Pengurus Yayasan UKI		17-02-2020
5. Pengendalian	Dr. Hotmaulina Sihotang, M.Pd.	Ka. BPM		17-02-2020

DAFTAR ISI

Bab I. Visi, Misi, Tujuan, Motto, dan Nilai-Nilai UKI 3

Bab II. Tujuan dan Maksud Manual Standar Humas dan Pemasaran 4

Bab III. Luas Lingkup Manual Standar Humas dan Pemasaran 5

Bab IV. Definisi Istilah Teknis.....5

Bab V. Prosedur /Langkah Manual 7

1. Manual Penetapan Standar Humas dan Pemasaran
   Diagram Alir Penetapan Standar Humas dan Pemasaran.....8
2. Manual Pelaksanaan Standar Humas dan Pemasaran
   Diagramg Alir Pelaksanaan Standar Humas dan Pemasaran 9
3. Manual Evaluasi (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran
   Diagram Evaluasi (Pelaksanaan)Standar Humas dan Pemasaran 10
4. Manual Pengendalian (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran
   Diagram Alir Pengendalian (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran 11
5. Manual Peningkatan Standar Humas dan Pemasaran
   Diagram Alir Peningkatan Standar Humas dan Pemasaran 12

Bab VI Kualifikasi Pejabat yang bertanggung jawab menjalankan manual 13

Bab VII Dokumen Terkait.....13

Referensi 14

BAB I
VISI, MISI, TUJUAN, MOTTO, DAN NILAI-NILAI UKI

A. Visi UKI

"Menjadi Universitas unggulan dalam bidang pendidikan, penelitian, pengabdian dan pelayanan kepada masyarakat di Indonesia dan Asia sesuai dengan nilai-nilai kristiani dan Pancasila pada tahun 2034."

B. Misi UKI

1. Meningkatkan mutu lulusan yang berintegritas dan kompeten di bidangnya serta mampu bersaing di pasar global;
2. Meningkatkan kualitas proses belajar mengajar dan sistem pelayanan administrasi akademik dan umum dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi;
3. Meningkatkan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia yang berkelanjutan;
4. Meningkatkan kualitas penelitian dan pengabdian kepada masyarakat;
5. Mengembangkan hubungan kerja sama dengan institusi nasional/internasional yang saling menguntungkan dan lembaga-lembaga gerejawi dalam semangat ekumenis.

C. Tujuan UKI

1. Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan intelektual, akademik dan/atau profesional sesuai dengan nilai-nilai Kristiani.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D. Motto UKI

Motto UKI adalah **: "Melayani Bukan Dilayani"** (Matius 20:28). Moto ini mempunyai makna dan pesan tersendiri bahwa pola kepemimpinan bangsa, negara, dan masyarakat maupun lembaga-lembaga kemasyarakatan/keumatan dewasa ini maupun di masa yang akan datang seharusnya adalah melayani, dan bukan dilayani.

Moto "Melayani, bukan dilayani" yang merupakan inti dasar kepemimpinan yang diharapkan UKI bagi para mahasiswa dan semua mereka yang melayani UKI, dapat menjadi semangat kepemimpinan sebagai pejuang dan pelopor dalam kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara Indonesia.

E. Nilai-nilai UKI

Untuk mencapai visi, misi dan tujuan yang telah ditetapkan, dalam mengimplementasikannya dikembangkan nilai yaitu budaya organisasi yang dianut oleh UKI, yaitu: tata nilai Universitas Kristen Indonesia.

1. **Rendah hati** (*Humility*, Filipi 2:3b)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa aman *(Comfort),* dengan atribut: *Friendliness, Kindness, Smile, Patience, Helpful, Communicative, Understanding, Respectful, Serving with Heart, Reaching Out.* Sikap rendah hati akan memberikan rasa senang *(comfort)* bagi orang lain, dan tercermin dalam perilaku yang ramah, baik, murah senyum, sabar, siap menolong, komunikatif, pengertian, respek, dan melayani dengan hati.
2. **Berbagi dan Peduli** (*Sharing and Caring*, Ibrani 10:24)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa empati *(Emphaty*), dengan atribut: *Listening, Emphatic, Understanding, Gracious, Giving Time & Attention, Informative*. Sikap berbagi dan peduli dapat dirasakan orang lain dalam bentuk empati, dan tercermin

dalam perilaku yang bersedia untuk mendengar, menghargai orang lain, penuh pengertian, murah hati, bersedia memberikan waktu dan perhatian, dan bersedia memberi informasi yang diperlukan *(informative).*

3. **Disiplin** (*Discipline*, Efesus 5:16)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan proses dan hasil yang konsisten *(Consistency*), dengan atribut: *On time, Compliance, By the Rule, Consistent*. Sikap disiplin akan membangun konsistensi, dan tercermin dalam perilaku kerja yang tepat waktu, taat pada peraturan *(compliance*), dan konsisten.
4. **Profesional** (*Professional*, Matius 25:21)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa puas *(Satisfaction*), dengan atribut: *Quick Response/On-Time/Prompt, Accurate, Satisfactory, Collaborative, Skillful/Competent/Knowledgeable, Informative, Best Service, Assurance, Thoroughness, Breakthrough, Continuous Improvement.* Sikap profesional akan memberikan rasa puas bagi orang lain, dan tercermin dalam perilaku yang cepat dan tepat waktu dalam memberi respon, akurat, dapat bekerja sama, ahli dan kompeten, memberi pelayanan yang terbaik, dapat dijamin *(assurance)*, membawa terobosan-terobosan, dan membawa perbaikan yang terus-menerus *(continuous improvement).*
5. **Bertanggung Jawab** *(Responsibility*, Matius 25:23)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan saling percaya *(Trustworthiness*), dengan atribut: *Trustworthiness, Transparency, Fairness, By the Rule / Compliance, Calculated Risk, Open to Suggestions*. Sikap bertanggung-jawab akan membangun kepercayaan, dan tercermin dalam perilaku yang dapat dipercaya, transparan, adil, taat pada peraturan *(compliance)*, mampu mempertimbangkan risiko, dan terbuka terhadap masukan *(open to suggestions*).
6. **Berintegritas** *(Integrity*, Amsal 19:1)
   Penerapan budaya kerja ini menciptakan kebahagiaan (*Happiness*), dengan atribut: *honesty, sincerity, credibility, morality, characteristically, personality, wholeness, cohesiveness, totality, unity, spirituality, good attitudes, perfect temperament,* dan *supreme habitual.* Sikap integritas ini akan memberikan keuntungan kepada semua pihak, dan tercermin dalam kesatuan antara sikap dan tindakan, perkataan dengan perbuatan, dan konsisten dalam bertindak secara kontinu apapun risikonya *(consistent and continuous)*.

BAB II
TUJUAN DAN MAKSUD MANUAL STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

Tujuan dan maksud manual standar humas dan pemasaran adalah:

1. Sebagai petunjuk dalam merancang, merumuskan serta menetapkan standar humas dan pemasaran.
2. Sebagai pemandu para pejabat struktural atau seluruh unit kerja bidang akademik maupun non akademik di semua tingkat dalam melaksanakan standar humas dan pemasaran.
3. Sebagai pemandu para auditor mutu internal dalam melakukan evaluasi standar humas dan pemasaran.
4. Sebagai petunjuk dalam mengendalikan pelaksanaan isi standar meliputi pemantauan atau pengawasan, pengecekan atau pemeriksaan standar humas dan pemasaran.
5. Sebagai petunjuk dalam peningkatan standar dalam satu siklus sebagai wujud dari peningkatan mutu standar humas dan pemasaran secara berkelanjutan.

BAB III
LUAS LINGKUP MANUAL STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

Luas lingkup manual standar humas dan pemasaran adalah:
1. Manual penetapan standar humas dan pemasaran.
2. Manual pelaksanaan standar humas dan pemasaran.
3. Manual evaluasi (pelaksanaan) standar humas dan pemasaran.
4. Manual pengendalian (pelaksanaan) standar humas dan pemasaran.
5. Manual peningkatan standar humas dan pemasaran.

BAB IV
DEFINISI ISTILAH TEKNIS

1. **Hubungan masyarakat** merupakan aktifitas lembaga dan atau individu yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik dan sebaliknya. (Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah)

2. **Humas Universitas** adalah juru bicara universitas, fasilitator, media pelayanan informasi kepada masyarakat, menyediakan informasi tentang program universitas, menciptakan dan memelihara hubungan internal dan eksternal universitas yang kondusif dan dinamis serta meningkatkan citra dan branding universitas di dalam dan luar universitas sebagai upaya menciptakan hubungan yang harmonis di antara seluruh sivitas akademika universitas. (Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah)

3. **Media Komunitas** adalah media cetak dan/atau elektronik yang didirikan oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat dan wilayah tertentu. (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 07 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pengembangan Kemitraan Media).

4. **Media Siber** adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. (Pedoman Pemberitaan Media Siber)

5. **Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*)** adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain. (Pedoman Pemberitaan Media Siber)

6. **Promosi** adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan atau jasa untuk menarik minat masyarakat terhadap barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh institusi/perusahaan. (Undang – Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)

7. **Iklan / Siaran iklan** adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat melalui berbagai media sarana penyiaran tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga

penyiaran yang bersangkutan. (Undang – Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran)

8. **Universitas** merupakan Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun Ilmu Pengetahuan dan/atau Teknologi dan jika memenuhi syarat, universitas dapat menyelenggarakan pendidikan profesi. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

9. **Perguruan Tinggi** adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

10. **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. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

11. **Pendidikan Vokasi** merupakan pendidikan tinggi program diploma yang menyiapkan mahasiswa untuk pekerjaan dengan keahlian terapan tertentu sampa program sarjana terapan. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

12. **Program sarjana** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan pendidikan menengah atau sederajat sehingga mampu mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui penalaran ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

13. **Program magister** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan program sarjana atau sederajat sehingga mampu mengamalkan dan mengembangkan Ilmu Pengetahuan dan/atau Teknologi melalui penalaran dan penelitian ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

14. **Program doktor** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan program magister atau sederajat sehingga mampu menemukan, menciptakan, dan/atau memberikan kontribusi kepada pengembangan, serta pengamalan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi melalui penalaran dan penelitian ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

15. **Pendidikan Profesi** merupakan pendidikan tinggi setelah program sarjana yang menyiapkan mahasiswa dalam pekerjaan yang memerlukan persyaratan keahlian khusus. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

16. **Mahasiswa** adalah merupakan anggota sivitas akademika diposisikan sebagai insan dewasa yang memiliki kesadaran dalam mengembangkan potensi diri di Perguruan Tinggi untuk menjadi intelektual, praktisi dan/atau profesional. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)

17. **Mahasiswa Baru** merupakan calon mahasiswa yang dinyatakan telah lulus seleksi berdasarkan Keputusan Rektor dan telah melakukan proses registrasi ulang. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)

18. **Mahasiswa Baru Warga Negara Asing** merupakan proses seleksi calon mahasiswa baru yang memiliki kewarganegaraan asing dan ingin melanjutkan studi di universitas yang bersangkutan dengan memenuhi persyaratan kualifikasi akademik, program studi, dan kebutuhan kuota mahasiswa. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)

19. **Penerimaan Mahasiswa baru Perguruan Tinggi** merupakan seleksi akademis yang diatur oleh perguruan tinggi dan dilarang dikaitkan dengan tujuan komersial. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)

BAB V
LANGKAH/PROSEDUR MANUAL STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

A. Manual Penetapan Standar Humas Dan Pemasaran

Manual penetapan standar humas dan pemasaran adalah tahapan ketika standar humas dan pemasaran dirancang, dirumuskan, dan ditetapkan oleh Yayasan UKI, setelah mendapatkan persetujuan dari Senat UKI.

Secara umum ruang lingkup manual penetapan standar humas dan pemasaran meliputi:

1. Pembentukan tim perumus standar humas dan pemasaran di tingkat universitas.
2. Menjadikan visi dan misi Universitas Kristen Indonesia sebagai titik tolak dan tujuan akhir dalam merancang dan menetapkan standar, yang berupa elaborasi dan/atau penjabaran dari standar humas dan pemasaran.
3. Mengumpulkan dan mengkaji semua isi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan standar humas dan pemasaran.
4. Melakukan evaluasi diri dengan menerapkan metoda analisis SWOT.
5. Merumuskan cakupan standar humas dan pemasaran berdasarkan regulasi, renstra dan matriks penilaian IAPT atas masukan *stakeholders* internal dan eksternal.
6. Merumuskan pernyataan standar dengan menggunakan rumus ABCD. A (*Audience,* B (*Behaviour*), C (*Competence*), dan D (*Degree*) atau KPI.
   a. *Audience* adalah subyek yang harus melakukan sesuatu; atau pihak yang melaksanakan dan mencapai isi standar.
   b. *Behaviour* adalah apa yang harus dilakukan, diukur/dicapai/dibuktikan.
   c. *Competence* adalah kompetensi/kemampuan/spesifikasi/target/kriteria yang harus dicapai.
   d. *Degree* adalah tingkat/periode/frekuensi/waktu.
7. Menentukan indikator pencapaian kurun waktu lima tahun.
8. Melakukan pemeriksaan standar humas dan pemasaran.
9. Memperoleh persetujuan standar humas dan pemasaran dalam rapat Senat UKI.
10. Melakukan penetapan standar humas dan pemasaran oleh Ketua Pengurus YUKI.

Diagram Alir Penetapan Standar Humas dan Pemasaran

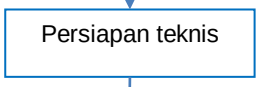
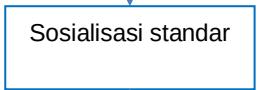
Diagram Alir	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dateline	Dokumen Terkait
Mulai	Rektor	Pembentukan tim perumus tingkat universitas	1 hari	SK pembentukan tim perumus
Membuat formulasi *template*	BPM	Membuat formulasi *template* dan merumuskan rasional/ alasan serta subyek yang bertanggungjawab dalam standar humas dan pemasaran	3 hari	Template Dokumen SPMI
Mengumpulkan UU, regulasi dan peraturan	Tim perumus	Mengumpulkan semua isi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan aspek kegiatan standar humas dan pemasaran.	3 hari	Lihat Referensi
Mengkaji UU, regulasi dan peraturan	Tim perumus	Mengkaji semua isi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan aspek kegiatan standar humas dan pemasaran.	2 minggu	Lihat Referensi
SWOT	Tim perumus	Melakukan evaluasi diri dengan menerapkan metoda analisis SWOT.	2 minggu	Renstra UKI 2015-2019 dan Renstra UKI 2019-2024
Merumuskan cakupan standar sistem humas dan pemasaran	Tim perumus	Merumuskan cakupan standar humas dan pemasaran atas masukan *stakeholders* internal dan eksternal.	1 minggu	Lihat Referensi
Tidak / Sesuai / ya	Tim perumus	Mengelaborasi visi dan misi, tujuan, motto serta nilai-nilai UKI ke dalam standar humas dan pemasaran	2 hari	Standar humas dan pemasaran
Merumuskan pernyataan standar ABCD atau KPI	Tim perumus	Merumuskan pernyataan standar dengan menggunakan rumus ABCD. A (*Audience*, B (*Behaviour*), C (*Competence)*, dan D (*Degree*) atau KPI	2 minggu	Lihat Referensi
Menentukan indikator	Tim perumus	Menentukan indikator pencapaian kurun waktu lima tahun.	3 minggu	Renstra UKI 2015-2019 dan Renstra UKI 2019-2024 Laporan AMI Laporan PTK
Pemeriksaan	WRKK/Ka. BPM	Melakukan pemeriksaan standar humas dan pemasaran	2 hari	Dokumen SPMI
Persetujuan standar	Ketua Senat UKI	Memperoleh persetujuan standar humas dan pemasaran dari rapat Senat UKI.	1 hari	SK Persetujuan Dokumen SPMI
Penetapan	Ketua Pengurus Yayasan UKI	Melakukan penetapan standar humas dan pemasaran oleh ketua pengurus yayasan UKI dalam bentuk peraturan YUKI	2 hari	SK Penetapan Dokumen SPMI
Selesai				

B. Manual Pelaksanaan Standar Humas dan Pemasaran

Setiap unit di lingkungan UKI melaksanakan standar humas dan pemasaran yang telah dirumuskan. Secara umum ruang lingkup manual pelaksanaan standar humas dan pemasaran adalah:

1. Melaksanakan Rapat Pimpinan Fakultas/ PPs/Lembaga/Biro/Unit dalam persiapan pelaksanaan standar humas dan pemasaran.
2. Melakukan persiapan teknis dan/atau administratif sesuai dengan standar humas dan pemasaran.
3. Menyiapkan standar operasional Prosedur (SOP), instruksi kerja (jika ada), formulir atau sejenisnya sesuai dengan standar untuk pelaksanaan standar humas dan pemasaran yang telah ditetapkan.
4. Melakukan sosialisasi standar humas dan pemasaran kepada *stakeholders* secara periodik.
5. Melaksanakan kegiatan pengelolaan pendidikan dengan menggunakan standar humas dan pemasaran yang telah ditetapkan sebagai tolak ukur pencapaian.

Diagram Alir Pelaksanaan Standar Humas dan Pemasaran

Diagram Alir	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dateline	Dokumen Terkait
	WRKK	Rapat Pimpinan Fakultas/PPs/ Lembaga/ Biro/Unit dalam persiapan pelaksanaan standar humas & pemasaran	1 hari	Undangan rapat
	Ka.BHP	Melakukan persiapan teknis dan atau/sesuai administrasi sesuai dengan standar humas dan pemasaran	1 hari	Dokumen SPMI
	Ka.BHP Kabag	Menyiapkan standar operasional prosedur (SOP), instruksi kerja (jika ada), formulir atau sejenisnya sesuai dengan standar untuk pelaksanaan standar humas dan pemasaran yang telah ditetapkan.	2 hari	SOP Penerimaan mahasiswa baru, persiapan ujian saringan masuk, pelaksanaan ujian saringan masuk, pengumuman ujian saringan masuk (selengkapnya lihat dokumen terkait)
	Ka.BHP Kabag	Melakukan sosialisasi standar humas dan pemasaran kepada *stakeholders* secara periodik.	1 minggu	Undangan Sosialisasi Dokumen SPMI
	Ka.BHP Kabag Dekan Fak/Dir.PPs Wadek Fak/Wadir.PPs Kaprodi	Melaksanakan kegiatan pengelolaan pendidikan dengan menggunakan standar humas dan pemasaran yang telah ditetapkan sebagai tolak ukur pencapaian.	1 semester	Dokumen SPMI Panduan penerimaan mahasiswa baru, SK rektor beasiswa penuh, SK penetapan biaya kuliah, Brosur, Laporan penerimaan mahasiswa baru, UKI dalam Media, Laporan Pengunjung kegiatan edufair.

C. Manual Evaluasi (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran

Evaluasi (pelaksanaan) standar humas dan pemasaran merupakan tahap ketika pihak yang bertanggungjawab melakukan penilaian atau pengukuran tentang ketercapaian pelaksanaan standar humas dan pemasaran.

Secara umum ruang lingkup manual evaluasi standar humas dan pemasaran adalah:

1. Menerbitkan SK penetapan auditor mutu internal oleh rektor
2. Menerbitkan surat tugas untuk auditor mutu internal oleh kepala BPM
3. Memberikan recharging AMI bagi auditor mutu internal oleh BPM.
4. Membagikan daftar dan jadwal AMI kepada auditor mutu internal.
5. Melaksanakan audit mutu internal standar humas dan pemasaran.
6. Tim auditor mutu internal menyusun laporan sesuai format dan menyerahkan laporan ke BPM
7. Menyusun laporan AMI secara keseluruhan dan menyerahkan kepada pimpinan rektorat.

Diagram Alir Evaluasi (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran

Diagram Alir	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dateline	Dokumen Terkait
Mulai	Rektor	Menerbitkan SK penetapan auditor mutu internal	2 hari	SK penetapan auditor mutu internal
Penerbitan surat tugas auditor mutu internal	Ka. BPM	Menerbitkan surat tugas untuk auditor mutu internal	1 hari	Surat tugas auditor mutu internal
Rechararging AMI	Ka. BPM Kabid AMI	Memberikan recharging AMI bagi auditor mutu internal	1 hari	Undangan *Recharging* AMI
Pembagian tim dan jadwal	Kabid AMI	Membagikan daftar tim dan jadwal AMI kepada auditor mutu internal	1 hari	Daftar tim dan jadwal AMI
Pelaksanaan AMI	Kabid AMI	Melaksanakan audit mutu internal standar humas dan pemasaran	2 minggu	Dokumen Kelengkapan AMI
Laporan AMI dari auditor mutu internal	Tim Auditor Mutu Internal	Tim auditor mutu internal menyusun laporan sesuai format dan menyerahkan laporan ke BPM	2 minggu	Form F3, F4, dan F5 AMI
Laporan AMI kepada pimpinan rektorat	Ka. BPM Kabid AMI	Menyusun laporan AMI secara keseluruhan dan menyerahkan kepada pimpinan rektorat	1 minggu	Laporan AMI
Selesai				

D. Manual Pengendalian (Pelaksanaan)Standar Humas dan Pemasaran

Pengendalian (pelaksanaan) standar humas dan pemasaran adalah tindak lanjut atas berbagai temuan yang diperoleh dari tahap evaluasi pelaksanaan standar humas dan pemasaran.

1. Menerbitkan surat tugas untuk auditor mutu internal oleh kepala BPM
2. Menyelenggarakan rapat koordinasi PTK AMI dengan tim auditor mutu internal.
3. Membagikan daftar tim dan jadwal AMI kepada auditor mutu internal
4. Melaksanakan PTK AMI standar humas dan pemasaran
5. Tim auditor mutu internal menyusun laporan sesuai format dan menyerahkan laporan ke BPM
6. Menyusun laporan PTK AMI secara keseluruhan dan menyerahkan kepada pimpinan rektorat.

Diagram Alir Pengendalian (Pelaksanaan) Standar Humas dan Pemasaran

Diagram Alir	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dateline	Dokumen Terkait
Mulai				
Peneribitan surat tugas auditor mutu internal	Ka. BPM	Menerbitkan surat tugas untuk auditor mutu internal	1 hari	Surat tugas auditor mutu internal
Rapat Koordinasi	Ka. BPM Kabid AMI	Menyelenggarakan rapat koordinasi PTK AMI dengan tim auditor mutu internal	1 hari	Undangan rapat koordinasi PTK AMI
Pembagian tim dan jadwal	Kabid AMI	Membagikan daftar tim dan jadwal AMI kepada auditor mutu internal	1 hari	Daftar tim dan jadwal PTK AMI
Pelaksanaan PTK AMI	Kabid AMI	Melaksanakan PTK AMI standar humas dan pemasaran	2 minggu	Dokumen Kelengkapan AMI
Laporan PTK dari auditor mutu internal	Tim Auditor Mutu Internal	Tim auditor mutu internal menyusun laporan sesuai format dan menyerahkan laporan ke BPM	2 minggu	Form F6 AMI
Laporan PTK AMI kepada pimpinan rektorat	Ka. BPM Kabid AMI	Menyusun laporan hasil PTK AMI secara keseluruhan dan menyerahkan kepada pimpinan rektorat	1 minggu	Laporan PTK Hasil AMI
Selesai				

E. Manual Peningkatan Standar Humas dan Pemasaran

Peningkatan mutu standar humas dan pemasaran adalah upaya untuk mengevaluasi dan memperbaiki mutu dari standar humas dan pemasaran secara periodik dan berkelanjutan yaitu:

1. Mempelajari laporan hasil pengendalian standar humas dan pemasaran.
2. Pimpinan Rektorat dan Yayasan UKI menyelenggarakan rapat tinjauan manajemen untuk mendiskusikan laporan hasil PTK AMI.
3. Melakukan kajian standar humas dan pemasaran.
4. Menindaklanjuti hasil kajian untuk peningkatan standar humas dan pemasaran.

Diagram Alir Peningkatan Standar Humas dan Pemasaran

Diagram Alir	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dateline	Dokumen Terkait
Mulai				
Mempelajari laporan	Pimpinan Rektorat	Mempelajari laporan hasil pengendalian standar humas dan pemasaran.	3 hari	Laporan Hasil PTK AMI
Menyelenggarakan rapat	Rektor	Pimpinan Rektorat dan Yayasan UKI menyelenggarakan rapat untuk mendiskusikan hasil laporan PTK AMI.	1 hari	Undangan Notulensi : *action plan* dan *task force*
Melakukan kajian	Pimpinan Rektorat	Melakukan kajian standar humas dan pemasaran	1 minggu	Dokumen SPMI dan Laporan Hasil PTK AMI
Menindaklanjuti hasil	Pimpinan Rektorat	Menindaklanjuti hasil kajian untuk peningkatan standar humas dan pemasaran	1 hari	Dokumen SPMI dan Laporan Hasil PTK AMI
Selesai				

BAB VI
KUALIFIKASI PEJABAT YANG BERTANGGUNGJAWAB MENJALANKAN MANUAL STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

Kualifikasi Pejabat yang bertanggungjawab menjalankan manual standar humas dan pemasaran berdasarkan PPEPP yaitu:

1. Penetapan standar humas dan pemasaran : Rektor, Ketua Pengurus Yayasan UKI, Ketua Senat Universitas UKI, BPM, WRKK dan Tim Perumus.
2. Pelaksanaan standar humas dan pemasaran : WRKK, Ka. BHP, Kabag, Dekan Fakultas/Direktur PPs, Wadek/Wadir PPs, Kaprodi.
3. Evaluasi (Pelaksanaan) standar humas dan pemasaran : Rektor, Ka. BPM, Kabid AMI dan Tim auditor mutu internal
4. Pengendalian (Pelaksanaan) standar humas dan pemasaran : Ka. BPM, Kabid AMI dan Tim auditor mutu internal.
5. Peningkatan standar humas dan pemasaran : Pimpinan Rektorat

BAB VII
DOKUMEN TERKAIT

Dokumen terkait dalam standar humas dan pemasaran antara lain :

1. Template Dokumen SPMI
2. Dokumen SPMI
3. SK Persetujuan Dokumen SPMI
4. SK Penetapan Dokumen SPMI
5. Laporan Hasil AMI
6. Laporan Hasil Permintaan Tindakan Koreksi .
7. SOP Penerimaan Mahsiswa baru, SOP Penerimaan, pelaksanaan, Pengumuman ujian saringan masuk, SOP registrasi ulang mahasiswa baru, SOP Penerimaan mahasiswa baru jalur prestasi, undangan, sibling scholarhip,, pindahan, baru alihjenjang dan kelas karyawan, baru jalur beasiswa penuh, warga Negara asing, SOP Pemasangan iklan media massa, pameran pendidikan luar kota, pendidikan jabodetabek, SOP Sponsorship, SOP peliputan kegiatan unggulan, publikasi dimedia social UKI, SOP pendesainan publikasi cetak UKI, SOP pemasangan publikasi cetak outdoor, SOP Pemasangan publikasi cetak outdoor di lingkungan UKI, dan SOP Permintaan benda promosi.
8. IK dan Formulir
9. SK pembentukan tim perumus
10. SK penetapan auditor mutu internal
11. Surat tugas auditor mutu internal
12. Daftar tim dan jadwal AMI
13. Dokumen Kelengkapan AMI (Form F1 –F6 serta Presensi)
14. Undangan Rapat ,Sosialisasi, *Recharging* AMI, dan Koordinasi.
15. Notulen rapat, Notulensi : *action plan* dan *task force*.
16. Panduan penerimaan mahasiswa baru, SK rector beasiswa penuh, SK penetapan biaya kuliah, Brosur, Laporan penerimaan mahasiswa baru, UKI dalam Media,Laporan Pengunjung kegiatan *edufair*.

REFERENSI

1. Undang – Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Undang – Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
3. Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
4. Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
5. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah
6. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 07 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pengembangan Kemitraan Media
7. Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri
8. Statuta UKI 2016
9. Renstra UKI 2015-2019
10. Renstra UKI 2019-2024
11. Kebijakan SPMI UKI.

Tim Perumus
Ketua: Dina Agustina Situmorang, SH. Anggota 1. Nindhia Hutagaol, S.Kom 2. Jehezkiel Sandi Julihandoko, A.md 3. Liswiyanti Damora, S.IKom

	STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA	No. Dok	: 36/UKI/Std.SPMI/C/2020
		Berlaku sejak	: 17 Februari 2020
		Revisi	: 0
		Halaman	: **1** dari **18**

Proses	**Penanggungjawab**			**Tanggal**
	Nama	**Jabatan**	**Tandatangan**	
1. Perumusan	Dina A. Situmorang, SH.	Ketua Tim Perumus		4-02-2020
2. Pemeriksa	Lolom Evalita Hutabarat, S.T., M.T	WRKK		11-02-2020
3. Persetujuan	Prof. Dr. Setia Bangun, M.Ed	Ketua Senat UKI		17-02-2020
4. Penetapan	Dipl-Ing. Salomo Panjaitan	Ketua Pengurus Yayasan UKI		17-02-2020
5. Pengendalian	Dr. Hotmaulina Sihotang, M.Pd.	Ka. BPM		17-02-2020

DAFTAR ISI

Bab I Visi, Misi, Tujuan, Motto, Nilai-Nilai UKI 3

Bab II Rasionale Penetapan Standar.....5

Bab III Definisi Istilah 5

Bab IV Pihak Yang Terkait.....7

Bab V Isi dan Indikator Standar 8

Bab VI Strategi Pencapaian Standar 17

Bab VII Dokumen Terkait.....17

Referensi……..…..18

BAB I
VISI, MISI, TUJUAN, MOTTO DAN NILAI-NILAI UKI

A. Visi UKI

"Menjadi Universitas unggulan dalam bidang pendidikan, penelitian, pengabdian dan pelayanan kepada masyarakat di Indonesia dan Asia sesuai dengan nilai-nilai kristiani dan Pancasila pada tahun 2034."

B. Misi UKI

1. Meningkatkan mutu lulusan yang berintegritas dan kompeten di bidangnya serta mampu bersaing di pasar global;
2. Meningkatkan kualitas proses belajar mengajar dan sistem pelayanan administrasi akademik dan umum dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi;
3. Meningkatkan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia yang berkelanjutan;
4. Meningkatkan kualitas humas dan pemasaran an dan pengabdian kepada masyarakat;
5. Mengembangkan hubungan kerja sama dengan institusi nasional/internasional yang saling menguntungkan dan lembaga-lembaga gerejawi dalam semangat ekumenis.

C. Tujuan UKI

1. Menghasilkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan intelektual, akademik dan/atau profesional sesuai dengan nilai-nilai kristiani;
2. Menghasilkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D. Motto UKI

"Melayani bukan dilayani (Matius 20:28). Motto ini mengarahkan civitas akademika UKI untuk mencontoh Yesus sebagai pemimpin yang melayani, dan mendorong kehidupan organisasi yang memuat motivasi melayani dan penuh dedikasi.

E. Nilai-Nilai UKI

1. Rendah hati (*Humility*, Filipi 2:3b)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa aman *(Comfort),* dengan atribut: *Friendliness, Kindness, Smile, Patience, Helpful, Communicative, Understanding, Respectful, Serving with Heart, Reaching Out.* Sikap rendah hati akan memberikan rasa senang *(comfort)* bagi orang lain, dan tercermin dalam perilaku yang ramah, baik, murah senyum, sabar, siap menolong, komunikatif, pengertian, respek, dan melayani dengan hati.

2. Berbagi dan Peduli (*Sharing and Caring*, Ibrani 10:24)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa empati *(Emphaty),* dengan atribut:

Listening, Emphatic, Understanding, Gracious, Giving Time & Attention, Informative. Sikap berbagi dan peduli dapat dirasakan orang lain dalam bentuk empati, dan tercermin dalam perilaku yang bersedia untuk mendengar, menghargai orang lain, penuh pengertian, murah hati, bersedia memberikan waktu dan perhatian, dan bersedia memberi informasi yang diperlukan *(informative).*

3. Disiplin (*Discipline*, Efesus 5:16)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan proses dan hasil yang konsisten *(Consistency),* dengan atribut: *On time, Compliance, By the Rule, Consistent.* Sikap disiplin akan membangun konsistensi, dan tercermin dalam perilaku kerja yang tepat waktu, taat pada peraturan *(compliance),* dan konsisten.

4. Profesional (*Professional*, Matius 25:21)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan rasa puas *(Satisfaction),* dengan atribut: *Quick Response/On-Time/Prompt, Accurate, Satisfactory, Collaborative, Skillful/ Competent/ Knowledgeable, Informative, Best Service, Assurance, Thoroughness, Breakthrough, Continuous Improvement*. Sikap profesional akan memberikan rasa puas bagi orang lain, dan tercermin dalam perilaku yang cepat dan tepat waktu dalam memberi respon, akurat, dapat bekerja sama, ahli dan kompeten, memberi pelayanan yang terbaik, dapat dijamin *(assurance),* membawa terobosan-terobosan, dan membawa perbaikan yang terus-menerus *(continuous improvement).*

5. Bertanggung Jawab (*Responsibility,* Matius 25:23)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan saling percaya (Trustworthiness), dengan atribut: *Trustworthiness, Transparency, Fairness, By the Rule / Compliance, Calculated Risk, Open to Suggestions.* Sikap bertanggung-jawab akan membangun kepercayaan, dan tercermin dalam perilaku yang dapat dipercaya, transparan, adil, taat pada peraturan *(compliance),* mampu mempertimbangkan risiko, dan terbuka terhadap masukan *(open to suggestions).*

6. Berintegritas (*Integrity*, Amsal 19:1)

   Penerapan budaya kerja ini menciptakan kebahagiaan *(Happiness),* dengan atribut: *honesty, sincerity, credibility, morality, characteristically, personality, wholeness, cohesiveness, totality, unity, spirituality, good attitudes, perfect temperament, dan supreme habitual*. Sikap integritas ini akan memberikan keuntungan kepada semua pihak, dan tercermin dalam kesatuan antara sikap dan tindakan, perkataan dengan perbuatan, dan konsisten dalam bertindak secara kontinu apapun risikonya

BAB II
RASIONALE STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

A. Faktor Eksternal:

Dalam rangka memenuhi amanah:

1. Undang-undang No. 12 Thn 2012 tentang Pendidikan Tinggi, pasal 73 butir 4 menyatakan jumlah mahasiswa baru diseimbangkan dengan kapasitas sarana dan prasarana, dosen, dan tenaga kependidikan, serta layanan dan sumber daya pendidikan lainnya.

B. Faktor Internal:

Dalam rangka memenuhi amanah:

1. Statuta UKI 2016, Pasal 47, butir (1) menyatakan Biro Humas dan Pemasaran (BHP) adalah unsur pembantu Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang mengelola seluruh kegiatan kehumasan dan pemasaran kepada masyarakat luas
2. Renstra UKI 2019-2024

BAB III
DEFINISI ISTILAH

1. **Hubungan masyarakat** merupakan aktifitas lembaga dan atau individu yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik dan sebaliknya. (Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah)
2. **Humas Universitas** adalah juru bicara universitas, fasilitator, media pelayanan informasi kepada masyarakat, menyediakan informasi tentang program universitas, menciptakan dan memelihara hubungan internal dan eksternal universitas yang kondusif dan dinamis serta meningkatkan citra dan branding universitas di dalam dan luar universitas sebagai upaya menciptakan hubungan yang harmonis di antara seluruh sivitas akademika universitas. (Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah)
3. **Media Komunitas** adalah media cetak dan/atau elektronik yang didirikan oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat dan wilayah tertentu. (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 07 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pengembangan Kemitraan Media).
4. **Media Siber** adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. (Pedoman Pemberitaan Media Siber)
5. **Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*)** adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain. (Pedoman Pemberitaan Media Siber)
6. **Promosi** adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan atau jasa untuk menarik minat masyarakat terhadap barang dan atau jasa yang dihasilkan

oleh institusi/perusahaan. (Undang – Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)

7. **Iklan / Siaran iklan** adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat melalui berbagai media sarana penyiaran tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. (Undang – Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran)
8. **Universitas** merupakan Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun Ilmu Pengetahuan dan/atau Teknologi dan jika memenuhi syarat, universitas dapat menyelenggarakan pendidikan profesi. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
9. **Perguruan Tinggi** adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
10. **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. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
11. **Pendidikan Vokasi** merupakan pendidikan tinggi program diploma yang menyiapkan mahasiswa untuk pekerjaan dengan keahlian terapan tertentu sampa program sarjana terapan. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
12. **Program sarjana** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan pendidikan menengah atau sederajat sehingga mampu mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui penalaran ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
13. **Program magister** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan program sarjana atau sederajat sehingga mampu mengamalkan dan mengembangkan Ilmu Pengetahuan dan/atau Teknologi melalui penalaran dan penelitian ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
14. **Program doktor** merupakan pendidikan akademik yang diperuntukkan bagi lulusan program magister atau sederajat sehingga mampu menemukan, menciptakan, dan/atau memberikan kontribusi kepada pengembangan, serta pengamalan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi melalui penalaran dan penelitian ilmiah. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
15. **Pendidikan Profesi** merupakan pendidikan tinggi setelah program sarjana yang menyiapkan mahasiswa dalam pekerjaan yang memerlukan persyaratan keahlian khusus. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
16. **Mahasiswa** adalah merupakan anggota sivitas akademika diposisikan sebagai insan dewasa yang memiliki kesadaran dalam mengembangkan potensi diri di Perguruan Tinggi untuk menjadi intelektual, praktisi dan/atau profesional. (Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi)
17. **Mahasiswa Baru** merupakan calon mahasiswa yang dinyatakan telah lulus seleksi berdasarkan Keputusan Rektor dan telah melakukan proses registrasi ulang. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)
18. **Mahasiswa Baru Warga Negara Asing** merupakan proses seleksi calon mahasiswa baru yang memiliki kewarganegaraan asing dan ingin melanjutkan studi di universitas yang

bersangkutan dengan memenuhi persyaratan kualifikasi akademik, program studi, dan kebutuhan kuota mahasiswa. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)

19. **Penerimaan Mahasiswa baru Perguruan Tinggi** merupakan seleksi akademis yang diatur oleh perguruan tinggi dan dilarang dikaitkan dengan tujuan komersial. (Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri)

BAB IV
PIHAK YANG TERKAIT

Pihak yang bertanggungjawab dalam **Penetapan**:
1. Ketua Pengurus Yayasan UKI
2. Ketua Senat UKI
3. Rektor
4. WRKK
5. Tim Perumus

Pihak yang bertanggungjawab dalam **Pelaksanaan**:
1. WRKK
2. Ka. BHP
3. Dekan Fakultas/ Dir.PPs
4. Ketua Program Studi

Pihak yang bertanggungjawab dalam **Evaluasi**:
1. Rektor
2. WRKK
3. Ka. BHP
4. BPM
5. Tim Auditor Mutu Internal

Pihak yang bertanggungjawab dalam **Pengendalian**:
1. BPM

Pihak yang bertanggungjawab dalam **Peningkatan:**
1. Pimpinan Rektorat

BAB V
ISI STANDAR DAN INDIKATOR STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

A. PERNYATAAN ISI STANDAR

Pernyataan isi standar humas dan pemasaran mencakup:

1. Rektorat memastikan Ka. BHP mengembangkan dan memelihara hubungan dengan publik (*public relation*). Menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai stakeholders eksternal UKI seperti sekolah, pemda dan gereja secara kreatif dan berkesinambungan.
2. Rektorat memastikan Ka. BHP menyebarluaskan seluruh informasi yang diperoleh dari fakultas/ prodi/akademi/PPS/unit-unit lainnya kepada civitas akademika UKI melalui media yang ada paling lambat 1 (satu) hari setelah informasi diterima.
3. Rektorat memastikan Ka. BHP untuk menyebarluaskan informasi kegiatan unggulan kepada publik di luar UKI melalui media yang ada paling lambat 1 (satu) minggu sebelum kegiatan, berdasarkan informasi yang diperoleh dari panitia penyelenggara.
4. Rektorat memastikan Ka. BHP membuat *press release* kegiatan berdasarkan informasi dari panitia acara dan mengirimkan undangan kepada media/jurnalis di luar UKI paling lambat 3 (tiga) hari sebelum kegiatan.
5. Rektorat memastikan Ka. BHP untuk membuat *press release* untuk meng *counter* berita – berita yang merugikan UKI paling lambat 3 (tiga) hari setelah berita dipublikasikan
6. Rektorat memastikan Ka. BHP memberikan laporan tentang kegiatan unggulan yang terpublikasi oleh media partner dan media lainnya paling lambat tanggal 20 setiap bulannya.
7. Rektorat memastikan Ka. BHP melakukan peliputan kegiatan unggulan di UKI pada saat kegiatan berlangsung, berdasarkan permintaan dari panitia penyelenggara.
8. Rektorat memastikan Ka. BHP menaikkan berita liputan kegiatan unggulan di media UKI paling lambat 3 (tiga) hari setelah kegiatan peliputan.
9. Rektorat memastikan Ka. BHP menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai media cetak dan elektronik agar exprosure universitas secara keseluruhan dapat berjalan secara optimal.
10. Rektorat memastikan Ka. BHP mempersiapkan media penerbitan universitas baik secara *online* maupun *offline* agar terwujud media universitas yang berkualitas serta membawa implikasi dalam perwujudan citra positif, identitas dan reputasi UKI yang lebih baik.
11. Rektorat memastikan Ka. BHP mengundang dan melibatkan media (cetak, elektronik, online dan sosial) dalam setiap program unggulan yang dilaksanakan oleh Fakultas/Prodi dan Unit – unit lainnya di UKI untuk kemudian dipublikasikan melalui berbagai media di luar media UKI.
12. Rektorat memastikan Ka. BHP bekerjasama dengan UPSI untuk memonitor kegiatan web universitas agar lebih komunikastif dan informatif.
13. Rektorat memastikan Ka. BHP mengumpulkan kegiatan unggulan yang terpublikasi oleh media partner dan media lainnya untuk dibukukan sebagai laporan kepada UKI.
14. Rektorat memastikan Ka. BHP untuk merancang desain dan membuat brosur, spanduk, poster dan benda-benda promosi lainnya berdasarkan informasi yang diperoleh dari *product knowledge* dari prodi, fakultas, akademi dan PPs paling lambat akhir bulan Juli.

15. Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah mahasiswa yang mendaftar ulang terhadap jumlah pendaftar yang lulus seleksi pada program utama.
16. Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah calon mahasiswa yang lulus ujian saringan masuk
17. Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah total mahasiswa baru yang sudah mendapatkan Nomor Induk Mahasiswa

B. Pencapaian Indikator Standar

Pencapaian indikator standar humas dan pemasaran mencakup:

Cakupan	Parameter	Butir Pernyataan Standar	Indikator	Indikator Kinerja		Base-line	Target/Waktu				
				Utama	Tambahan	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024
1. Humas Internal	Ketersediaan informasi/ Pengumuman internal UKI	Rektorat memastikan BHP melaksanakan sosialisasi informasi di lingkungan internal UKI	Persentase terlaksana sosialisasi informasi di lingkungan internal UKI	√		100	100	100	100	100	100
2. Humas Internal	Ketersediaan informasi kegiatan unggulan	Rektorat memastikan BHP menyebarluaskan seluruh informasi kegiatan unggulan berdasarkan informasi yang diperoleh dari panitia penyelenggara kepada civitas akademika UKI melalui media yang ada paling	Presentase terlaksanya penyebarluasan informasi kegiatan unggulan	√		100	100	100	100	100	100

		lambat 1 (satu) minggu sebelum kegiatan.									
3. Humas Eksternal	Ketersediaan Informasi	Rektorat memastikan Ka. BHP menyebarluaskan informasi kegiatan unggulan kepada publik di luar UKI melalui media yang ada paling lambat 1 (satu) minggu sebelum kegiatan, berdasarkan informasi yang diperoleh dari panitia penyelenggara	Presentase terlaksananya penyebarluasan informasi kegiatan unggulan melalui media baik televisi, cetak dan koran	√		78	100	100	100	100	100
4. Humas Eksternal	Ketersediaan informasi kegiatan unggulan dalam menjalin komunikasi dengan sekolah pemda, gereja, sekolah, dan vendor souvenir UKI	Rektorat memastikan Ka. BHP mengembangkan dan memelihara hubungan dengan publik *(public relation).* Menjalin komunikasi yang baik	Persentase terjalinnya kerjasama dengan *stakeholders*	√		70	100	100	100	100	100

		dengan berbagai *stakeholders* eksternal UKI seperti sekolah, pemda dan gereja secara kreatif dan berkesinambungan									
5. Humas Eksternal	Ketersediaan Informasi mengenai *Press Release*	Rektorat memastikan Ka. BHP membuat *press release* kegiatan berdasarkan informasi dari panitia acara dan mengirimkan undangan kepada media/jurnalis di luar UKI paling lambat 3 (tiga) hari sebelum kegiatan.	Persentase kegiatan dan informasi yang terjalin dengan Media	√		75	100	100	100	100	100
6. Humas Eksternal	Ketersediaan Informasi mengenai *Press Release*	Rektorat memastikan Ka. BHP untuk membuat *press release* untuk meng *counter* berita – berita yang merugikan	Presentase sanggahan mengenai berita-berita merugikan UKI di Media	√		70	100	100	100	100	100

		UKI paling lambat 3 (tiga) hari setelah berita dipublikasikan									
7. Humas Internal	Ketersediaan Laporan kegiatan unggulan UKI	Rektorat memastikan Ka. BHP memberikan laporan tentang kegiatan unggulan yang terpublikasi oleh media partner dan media lainnya paling lambat tanggal 20 setiap bulannya.	Persentase Berita Unggulan yang terpublikasi oleh media *partner*	√		100	100	100	100	100	100
8. Humas Internal	Ketersediaan SDM yang meliput kegiatan unggulan UKI	Rektorat memastikan Ka. BHP melakukan peliputan kegiatan unggulan di UKI pada saat kegiatan berlangsung, berdasarkan permintaan dari panitia penyelenggara	Persentase kegiatan yang diliput oleh HUMAS	√		75	90	100	100	100	100
9. Humas Eksternal	Ketersediaan kegiatan unggulan yang dinaikkan di Media	Rektorat memastikan Ka. BHP menaikkan berita liputan kegiatan	Persentase Berita Kegiatan Unggulan UKI di Media	√		75	90	100	100	100	100

		unggulan di media UKI paling lambat 3 (tiga) hari setelah kegiatan peliputan									
10. Humas Eksternal	Ketersediaan Kegiatan berupa Media Gathering	Rektorat memastikan Ka. BHP menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai media cetak dan elektronik agar exprosure universitas secara keseluruhan dapat berjalan secara optimal.	Persentase Pelaksanaan Media Gathering	√		50	75	100	100	100	100
11. Humas Internal	Ketersediaan Media Penerbitan secara online di website dan medsos UKI dan secara offline	Rektorat memastikan Ka. BHP mempersiapkan media penerbitan universitas baik secara online maupun offline agar terwujud media universitas yang berkualitas serta membawa implikasi dalam perwujudan citra positif,	Persentase tersediannya media penerbitan Universitas secara online dan offline	√		75	75	100	100	100	100

		identitas dan reputasi UKI yang lebih baik									
12. Humas Eksternal	Diadakannya *Press Conference*	Rektorat memastikan Ka. BHP mengundang dan melibatkan media (cetak, elektronik, online dan sosial) dalam setiap program unggulan yang dilaksanakan oleh Fakultas/Prodi dan Unit – unit lainnya di UKI untuk kemudian dipublikasikan melalui berbagai media di luar media UKI	Persentase dilibatkannya media dalam kegiatan unggulan UKI	√		70	85	100	100	100	100
13. Humas Internal	Tersedianya web universitas yang komunikatif dan informatif	Rektorat memastikan Ka. BHP bekerjasama dengan UPSI untuk memonitor kegiatan web universitas agar lebih komunikatif dan informatif	Persentase Website UKI yang komunikatif dan informatif	√		70	80	100	100	100	100

14. Humas Eksternal	Tersediannya laporan kegiatan unggulan UKI	Rektorat memastikan Ka. BHP mengumpulkan kegiatan unggulan yang terpublikasi oleh media partner dan media lainnya untuk dibukukan sebagai laporan kepada UKI	Persentase Berita Kegiatan Unggulan UKI di Media	√		70	80	100	100	100	100
15. Humas Internal	Ketersediaan Benda Promosi	Rektorat memastikan Ka. BHP untuk merancang desain dan membuat brosur, spanduk, poster dan benda-benda promosi lainnya berdasarkan informasi yang diperoleh dari *product knowledge* dari prodi, fakultas, akademi dan PPs paling lambat akhir bulan Juli	Persentase Promosi UKI baik dalam kegiatan yang diadakan Fakultas/ Prodi, maupun diluar UKI	√		80	85	100	100	100	100

16. Humas Internal	Ketersediaan Data Mahasiswa yang terdaftar	Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah mahasiswa yang mendaftar ulang terhadap jumlah pendaftar yang lulus seleksi pada program utama	Persentase Data Jumlah Mahasiswa yang Terdaftar	√		80	90	100	100	100	100
17. Humas Internal	Ketersediaan Data Mahasiswa yang lulus USM	Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah calon mahasiswa yang lulus ujian saringan masuk	Persentase Data Jumlah Mahasiswa Baru yang diterima di UKI	√		80	90	100	100	100	100
18. Humas Internal	Ketersediaan Data Mahasiswa yang mendapat NIM	Rektorat memastikan Ka. BHP menyediakan jumlah total mahasiswa baru yang sudah mendapatkan Nomor Induk Mahasiswa	Persentase Data Jumlah Mahasiswa Baru yang mendapat NIM	√		80	90	100	100	100	100

BAB VI
STRATEGI PENCAPAIAN STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

Dalam rangka mengembangkan dan mencapai standar humas dan pemasaran, di UKI, strategi yang akan dilaksanakan adalah:

1. Pimpinan rektorat menugaskan Badan Penjaminan Mutu (BPM) membuat perencanaan perumusan standar humas dan pemasaran.
2. WRKK bersama dekanat memeriksa standar humas dan pemasaran yang telah disusun oleh tim perumus.
3. Pengurus Yayasan UKI menetapkan standar humas dan pemasaran melalui peraturan yayasan setelah mendapat persetujuan dari senat UKI.
4. Rektor memberlakukan standar humas dan pemasaran melalui SK.
5. Pimpinan dekanat dan dosen di prodi mengimplementasikan standar humas dan pemasaran.
6. Pimpinan rektorat dan dekanat memastikan Dosen di prodi melaksanakan review PBM secara periodik.
7. BPM mengevaluasi pelaksanaan standar humas dan pemasaran melalui audit mutu internal (AMI) secara periodik dan laporan AMI disampaikan kepada pimpinan rektorat, selanjutnya dibawa dalam rapat tinjauan manajemen
8. Pimpinan rektorat dan Dekanat meningkatkan standar humas dan pemasaran berdasarkan hasil rapat tinjauan.

BAB VII
DOKUMEN TERKAIT

Dokumen yang terkait dalam standar humas dan pemasaran adalah:

1. Template Dokumen SPMI
2. Dokumen SPMI
3. SK Persetujuan Dokumen SPMI
4. SK Penetapan Dokumen SPMI
5. Laporan Hasil AMI
6. Laporan Hasil Permintaan Tindakan Koreksi .
7. SOP Penerimaan Mahsiswa baru, SOP Penerimaan, pelaksanaan, Pengumuman ujian saringan masuk, SOP registrasi ulang mahasiswa baru, SOP Penerimaan mahasiswa baru jalur prestasi, undangan, sibling scholarhip,, pindahan, baru alihjenjang dan kelas karyawan, baru jalur beasiswa penuh, warga Negara asing, SOP Pemasangan iklan media massa, pameran pendidikan luar kota, pendidikan jabodetabek, SOP Sponsorship, SOP peliputan kegiatan unggulan, publikasi dimedia social UKI, SOP pendesainan publikasi cetak UKI, SOP pemasangan publikasi cetak outdoor, SOP Pemasangan publikasi cetak outdoor di lingkungan UKI, dan SOP Permintaan benda promosi, SOP Media.
8. IK dan Formulir
9. SK pembentukan tim perumus
10. SK penetapan auditor mutu internal

11. Surat tugas auditor mutu internal
12. Daftar tim dan jadwal AMI
13. Dokumen Kelengkapan AMI (Form F1 –F6 serta Presensi)
14. Undangan Rapat ,Sosialisasi, *Recharging* AMI, dan Koordinasi.
15. Notulen rapat, Notulensi : *action plan* dan *task force*.
16. Panduan penerimaan mahasiswa baru, SK rector beasiswa penuh, SK penetapan biaya kuliah, Brosur, Laporan penerimaan mahasiswa baru, UKI dalam Media, Laporan Pengunjung kegiatan edufair.

REFERENSI

Referensi yang digunakan dalam dalam standar humas dan pemasaran adalah:

1. Undang – Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Undang – Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
3. Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
4. Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
5. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah
6. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 07 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pengembangan Kemitraan Media
7. Permenristekdikti Nomor 60 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana Pada Perguruan Tinggi Negeri
8. Statuta UKI 2016
9. Renstra UKI 2015-2019
10. Renstra UKI 2019-2024
11. Kebijakan SPMI UKI.

Tim Perumus
Ketua: Dina Agustina Situmorang, SH. Anggota 1. Nindhia Hutagaol, S.Kom 2. Jehezkiel Sandi Julihandoko, A.md 3. Liswiyanti Damora, S.IKom

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FORMULIR

STANDAR HUMAS DAN PEMASARAN

Dipindai dengan CamScanner

Universitas Kristen Indonesia
PENERIMAAN MAHASISWA BARU

Blip (humas 2 Baru

Jl. Mayjen Sutoyo no.2
Cawang - Jakarta 13630
INDONESIA

Telp. 021.8092425, 8009190
Faks. 021.8093948
Email humas-uki@uki.ac.id
http://www.uki.ac.id

Nomor : ..../UKI.R3.I/PP.1.3/.....
Perihal : Hasil USM Universitas Kristen Indonesia .....

Yth.,
.....
Di Tempat

Program Pasca Sarjana
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Fakultas Sastra
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Fakultas Hukum
Fakultas Kedokteran
Fakultas Teknik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Fakultas Vokasi

Berdasarkan Surat Pengumuman Hasil Penerimaan Calon Mahasiswa Baru Gelombang ..... Fakultas ..... Universitas Kristen Indonesia Tahun Akademik ....., dengan ini kami beritahukan bahwa Saudara dinyatakan :

LULUS

sebagai calon mahasiswa baru Program ..... Fakultas ..... Program Studi

.....

Berikut hal – hal yang perlu Saudara perhatikan untuk kelanjutan studi diantaranya :

1. Pembayaran biaya cicilan 1 dan registrasi ulang pada tanggal ..... dengan membawa :
   a. Surat Pengumuman hasil seleksi
   b. Fotocopy Ijasah dan Transkrip Nilai yang sudah dilegalisir (2 lembar)
   c. Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 (3 lembar)
   d. Kartu Identitas Diri dan Kartu Keluarga
2. Pra Perkuliahan tanggal .....
3. Awal Perkuliahan tanggal .....

Pemberitahuan akan dikirimkan selanjutnya jika ada perubahan informasi.

Kepala Biro Humas dan Pemasaran

.....

Dipindai dengan CamScanner

SURVEY KEPUASAN PENGUNJUNG
PELAYANAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Terimakasih sudah berkunjung ke Bagian Pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Kristen Indonesia. Mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu mengisi Suervey Kepuasan Pengunjung ini guna meningkatkan mutu layanan dan kualitas kerja yang lebih baik di masa yang akan datang. Terimakasih untuk partisipasi Bapak/Ibu.

TANGGAL	:
NAMA	:

Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia

A. PENILAIAN TERHADAP SISTEM PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB)	Sangat Puas	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1. Tampilan menu aplikasi					
2. Kemudahan penggunaan aplikasi (user friendly)					
3. Konektivitas jaringan / tidak lambat loading					
4. Kualitas tools (komputer) yang digunakan					
B. PENILAIAN TERHADAP PELAYANAN PETUGAS					
5. Keramahan, kesopanan dan sikap dalam pelayanan					
6. Penampilan dan kerapian berpakaian					
7. Respon/kecepatan dalam pelayanan					
8. Inisiatif dalam membantu					
9. Kualitas layanan secara keseluruhan dalam menunjang kelancaran tugas/pekerjaan					
10. Materi yang disampaikan jelas					
C. PENILAIAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA					
11. Kenyamanan ruang konsultasi					
12. Kebersihan ruang konsultasi					
13. Keamanan di sekitar lingkungan					

D. KRITIK DAN SARAN UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN

14. KRITIK

15. SARAN

Dipindai dengan CamScanner

PMB-SP-01

SURAT PERNYATAAN
MENAATI PERATURAN
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Yang bertandatangan di bawah ini :

Mahasiswa Baru

Nama Lengkap : .....

Alamat Rumah : .....

Fakultas/Program Studi : ...../.....

Nomor Induk Mahasiswa : .....

.....

Nama Orangtua/Wali : .....

No. Telp. & HP : ...../.....

Email : .....

Dengan ini menyatakan :

1. Menjunjung tinggi nama UKI dan menjauhkan diri dari segala perbuatan yang merugikan kehidupan akademik di UKI;
2. Mematuhi semua ketentuan/peraturan di bidang Akademik dan Kemahasiswaan maupun Bidang Non Akademik (Administrasi Keuangan) antara lain :
   2.1 Tidak diperkenankan mengambil cuti akademik pada tahun pertama;
   2.2 Pembayaran Beban Kuliah wajib dipenuhi sesuai jadwal pembayaran dan tidak berlaku dispensasi;
   2.3 Setelah memperoleh Nomor Induk Mahasiswa (NIM) **tidak diperkenankan** pindah program studi/fakultas pada tahun pertama;
3. Menaati Tata Tertib Kehidupan Kampus yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini, saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, sehat jasmani dan rohani tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Apabila ternyata di kemudian hari, saya tidak melaksanakan isi pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi yang dikenakan sesuai dengan ketentuan/peraturan yang berlaku di UKI.

Jakarta, ...

Mahasiswa yang menyatakan,

Orangtua/Wali,

Materai Rp. 6.000

.....

.....

Dipindai dengan CamScanner

PMB-UKI-SP-05

FORMULIR PEMESANAN JAS ALMAMATER

Nama : .....

No. Induk Mahasiswa : .....

Fakultas/Jurusan : .....

Ukuran yang dipilih : **S / M / L / XL / XXL / Khusus *)**

***) lingkari sesuai pilihan**

Petugas PMB

Jakarta, ...
Pemohon,

.....

.....

- Form untuk petugas PMB

FORMULIR PEMESANAN JAS ALMAMATER

Nama : .....

No. Induk Mahasiswa : .....

Fakultas/Jurusan : .....

Jaket diterima tanggal : .....

Ukuran yang dipilih : **S / M / L / XL / XXL / Khusus *)**

***) lingkari sesuai pilihan**

Jakarta, ...
Pemohon,

Petugas PMB

.....

.....

*- Form untuk mahasiswa dan **WAJIB** dikembalikan ke petugas pada saat pengambilan jaket*

Dipindai dengan CamScanner

PRM-FRM-KUISIONER/19.20-

KUISIONER SURVEI
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Saudara-saudara calon mahasiswa Universitas Kristen Indonesia, mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisioner ini dengan memberi tanda (x) pada jawaban Saudara atau mengisi ruang yang kosong untuk jawaban yang memerlukan keterangan.
Kuisioner ini bersifat anonimous (rahasia). Terimakasih atas kesediaan Saudara/i mengisi kuisioner ini.

1. Jenis kelamin Anda : ❑ Pria ❑ Wanita
2. Jurusan SMA /Asal Sekolah (*mis. IPA/SMA Negeri 1 Jakarta*)
3. Pilihan fakultas saat mendaftar di Universitas Kristen Indonesia ?
   a. *Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*
      - o *Bimbingan dan Konseling*
      - o *Pendidikan Bahasa Inggris*
      - o *Pendidikan Agama Kristen*
      - o *Pendidikan Matematika*
      - o *Pendidikan Biologi*
      - o *Pendidikan Bahasa Mandarin*
      - o *Pendidikan Kimia*
      - o *Pendidikan Fisika*

   b. *Fakultas Sastra*
      - o *Sastra Inggris*
      - o *Bahasa Inggris D3*

   c. *Fakultas Ekonomi*
      - o *Manajemen*
      - o *Akuntansi*
      - o *Manajemen Perpajakan D3*

   d. *Akuntansi D3*
   e. *Fakultas Hukum*
      - o *Ilmu Hukum*

   f. *Fakultas Kedokteran*
      - o *Pendidikan Kedokteran*

   g. *Fakultas Teknik*
      - o *Teknik Elektro*
      - o *Arsitektur*
      - o *Teknik Sipil*
      - o *Teknik Mesin*

   h. *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*
      - o *Ilmu Hubungan Internasional*
      - o *Ilmu Komunikasi*
      - o *Ilmu Politik*

   i. *Fakultas Vokasi*
      - o *Keperawatan*
      - o *Perbankan dan Keuangan*
      - o *Fisioterapi*

4. Dari mana Anda memperoleh informasi mengenai Universitas Kristen Indonesia ?
   a. Teman
   b. Guru
   c. Orangtua
   d. Gereja
   d. Kerabat/Saudara/Kenalan
   e. Iklan _____
   f. Lainnya _____

5. Media komunikasi yang paling efektif digunakan untuk memperoleh informasi tentang penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) (minimal satu pilihan) ?
   ❑ Facebook
   ❑ Twitter
   ❑ Internet Searching
   ❑ Radio
   ❑ Email
   ❑ Website
   ❑ Iklan Media Cetak (Koran, Majalah, Tabloid)/Media Online
   ❑ Lainnya (sebutkan)

6. Rekomendasi kegiatan-kegiatan yang wajib dimiliki Universitas Kristen Indonesia ?
   a. Tryout untuk siswa SMA
   b. Open House
   c. Kegiatan/Event menarik di SMA Anda
   d. Seminar/Pelatihan
   e. Kompetisi Menarik (Lomba Debat, Kompetisi Pendidikan, dll)
   f. Roadshow/Edufair

7. Apa yang membuat Anda tertarik dan memilih Universitas Kristen Indonesia?
   ❑ Biaya Kuliah
   ❑ Fasilitas
   ❑ Prestasi Mahasiswa
   ❑ Lainnya (sebutkan)
   ❑ Beasiswa
   ❑ Pilihan Studi
   ❑ Program/Event Promo Universitas Kristen Indonesia

Dipindai dengan CamScanner

8. Menurut Anda, biaya kuliah di Universitas Kristen Indonesia (pilih salah satu) :
   ❑ Sangat mahal dan tidak terjangkau
   ❑ Cukup terjangkau
   ❑ Mahal dan terjangkau
   ❑ Amat Terjangkau
   ❑ Lainnya : _____

9. Berapa perkiraan pendapatan orangtua :
   a. < Rp 5.000.000,-
   b. Rp 5juta – Rp 10juta
   c. Rp 10juta – Rp 15juta
   d. Rp 15juta – Rp 20juta
   e. Rp > Rp 20juta

10. Sebutkan pilihan universitas swasta terbaik selain Universitas Kristen Indonesia (*jawaban minimal 3 universitas*)

    _____

11. Apakah Anda akan merekomendasikan Universitas Kristen Indonesia kepada saudara, kerabat, atau kenalan Anda ? ❑ Ya ❑ Tidak

Dipindai dengan CamScanner

...ASISWA BARU
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jalan Mayjen Sutoyo No. 2
Cawang, Jakarta Timur 13630
Tlp. 021 8092425 ext. 258/285
Website : www.uki.ac.id / www.pmb.uki.ac.id

FORMULIR PENDAFTARAN

...ama Lengkap
...ll name
...empat / Tanggal Lahir
...ace and Date of Birth
...enis Kelamin
...ender
...tatus Perkawinan
...arital Status
...tatus Pekerjaan
...ccupation Status
...olongan Darah
...lood Type
...ama
...eligion
...ewarganegaraan
...itizenship
...uku Bangsa
...thnics
...lamat Lengkap
...ull Address
...elepon
...hone Number
...mail

Photo (3x4)

: ☐ Pria / *Male* ☐ Wanita / *Female*

: ☐ Belum Menikah / *Single* ☐ Menikah / *Married*

: ☐ Bekerja / *employed* ☐ Tidak bekerja / *unemployed*

: ☐ A ☐ B ☐ AB ☐ O

: ☐ Islam *moslem* ☐ Katolik *catholic* ☐ Kristen *christian* ☐ Buddha ☐ Hindu ☐ Lain – lain *others*

: ☐ WNI ☐ WNA

Kota : *City* RT / RW : / Kodepos : *ZIP Code*

No. Handphone : *Mobile Phone*

...A / PARENT

...ama Orangtua/Wali
...arent's Name
...endidikan Orangtua
...arent's Education
...ekerjaan Orangtua
...arent's Occupation
...enghasilan (Rp)
...arent's Income (IDR)
...lamat Lengkap
...ull Address
...elepon
...hone Number

Kota : *City* Propinsi : *Country* Kodepos: *ZIP Code*

No. Handhone : *Mobile Phone*

...ama Sekolah
...hool Name
...iversitas Asal
...st university
...M Asal
...st Student ID Number
...asan Pindah
...udent's Transfer Reason

Jurusan : SMA (IPA/IPS) / SMK (IPA/IPS/ TEKNIK)
Major
Program Studi :
Major

...han Program Perkuliahan di UKI
...cture Program : ☐ Alih Program ☐ Pindahan

...IP
...Bimbingan dan Konseling
...Pendidikan Agama Kristen
...KULTAS SASTRA
...Sastra Inggris
...KULTAS EKONOMI
...Manajemen
...Akuntansi

☐ Pendidikan Bahasa Inggris
☐ Pendidikan Bahasa Mandarin
☐ Pendidikan Matematika

FAKULTAS TEKNIK
☐ Teknik Elektro
☐ Teknik Mesin
☐ Teknik Sipil
☐ Arsitektur

☐ Pendidikan Kimia
☐ Pendidikan Biologi
☐ Pendidikan Fisika

FAKULTAS VOKASI
☐ Fisioterapi
☐ Keperawatan
☐ Perbankan dan Keuangan
☐ Manajemen Perpajakan

FISIPOL
☐ Ilmu Hubungan Internasional
☐ Ilmu Komunikasi
☐ Ilmu Politik

FAKULTAS HUKUM
☐ Ilmu Hukum

Jakarta

Dipindai dengan CamScanner

Proposal Promosi Kegiatan
Pameran Pendidikan
Universitas Kristen Indonesia
Di……., Tanggal ……..

A. Latar Belakang

Pameran Pendidikan hingga saat ini masih menjadi ajang promosi yang efektif untuk diikuti oleh Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Pertemuan langsung dengan para siswa/i menjadi kesempatan baik dalam penyampaian informasi penerimaan kampus UKI. Pemilihan lokasi *captive market* UKI juga merupakan hal yang penting untuk menjadi pertimbangan promosi UKI.

Sulawesi utara adalah daerah yang representatif untuk menjadi lokasi *Branding* UKI, dilihat dari Sumber Daya Manusia yang Potensial dan Faktor Ekonomi yang cukup baik sehingga mempengaruhi tingkat minat siswa/i dalam melanjutkan studinya ke jenjang Perguruan Tinggi sebagai Mahasiswa.

Sesuai dengan data AIS UKI, dapat dilihat bahwa sekolah negeri maupun swasta yang berasal dari Sulawesi Utara cukup banyak menyumbangkan alumninya untuk berkuliah di UKI setiap tahun. Selain itu, secara khusus UKI juga diundang untuk mengikuti kegiatan pameran ……

NO	KOTA ASAL SEKOLAH	2017	2018	2019
1	ACEH	2	0	2
2	BALI	2	0	1
3	BANGKA BELITUNG	1	0	3
4	BANTEN	5	5	3
5	BENGKULU	1	2	3
6	GORONTALO	1	1	0
7	JABODETABEK	565	611	541
8	JAMBI	8	6	8
9	JAWA BARAT	33	26	10
10	JAWA TENGAH	9	13	13
11	JAWA TIMUR	11	15	7
12	KALIMANTAN BARAT	41	53	24
13	KALIMANTAN SELATAN	2	3	3
14	KALIMANTAN TENGAH	2	6	6
15	KALIMANTAN TIMUR	3	4	2
16	KALIMANTAN UTARA	2	4	2

Dipindai dengan CamScanner

17	KEPULAUAN RIAU	2	6	5
18	LAMPUNG	4	10	9
19	LUAR NEGERI	2	1	1
20	MALUKU	11	18	10
21	MALUKU UTARA	7	8	9
22	NIAS	19	22	17
23	NUSA TENGGARA BARAT	4	6	3
24	NUSA TENGGARA TIMUR	46	45	27
25	PAPUA	75	65	61
26	RIAU	14	14	17
27	SULAWESI BARAT	0	1	0
28	SULAWESI SELATAN	11	8	12
29	SULAWESI TENGAH	1	1	1
30	SULAWESI TENGGARA	0	1	0
31	SULAWESI UTARA	10	10	14
32	SUMATERA BARAT	13	34	7
33	SUMATERA SELATAN	6	4	2
34	SUMATERA UTARA	126	110	97
35	TIDAK ADA INFORMASI	3	1	3
36	YOGYAKARTA	3	5	7
TOTAL		**1045**	**1119**	**930**

SUMBER: DATA AIS UKI

Roadshow, Pameran Pendidikan, dan USM di ..... diharapkan akan menjadi salah satu strategi UKI untuk menjadi kampus pilihan oleh para *stakeholders*. Melakukan pendekatan komunikasi yang baik kepada para guru, siswa/I, dan orang tua melalui presentasi langsung yang diadakan sekolah akan dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk memperkenalkan UKI hingga akhirnya para *stakeholders* dapat memilih kampus UKI sebagai pilihan mereka.

Dipindai dengan CamScanner

B. Rundown Kegiatan

Tanggal	Waktu	Kegiatan	PIC
Tanggal, bulan, tahun	06.00-09.00	Keberangkatan Tim Marketing menuju ke…	…….
	13.00 WITA	Check in hotel	
	15.00-selesai	Roadshow gereja dan sekolah	
Tanggal, bulan, tahun	09.00-15.00 WITA	Roadshow gereja dan sekolah	
Tanggal, bulan, tahun	06.00-15.00 WITA	**Pameran Pendidikan……**	
Tanggal, bulan, tahun	08.00-15.00 WITA	USM SMA ……	
Tanggal, bulan, tahun		Kembali Ke Jakarta	

C. Rincian Anggaran

No	Rincian Kebutuhan	Biaya	Keterangan
1.	Biaya Registrasi	……	Stand no. ….
2.	Kargo	……	……
3.	Travel (*Roadshow*)	……	……
4.	Persembahan kasih ke Gereja	……	……
5.	Bensin, tol, parkir	……	……
6.	Cetak spanduk, backdrop, flyer, dll	……	……
7.	Biaya USM	……	……
8.	Snack ……. x Rp10.000	……	……
9.	Properti	……	……
	Total	**Rp……**	

Dipindai dengan CamScanner

D. Penutup

Demikian proposal permohonan ini kami sampaikan, semoga kegiatan yang bermanfaat ini dapat membangun *branding* UKI yang lebih baik di mata *stakeholders* eksternal, khususnya Siswa/i SMA ..... dan sekitarnya sehingga target mahasiswa baru T.A. 2020/2021 tercapai maksimal.

Dipindai dengan CamScanner

LAPORAN KEGIATAN PROMOSI

JENIS KEGIATAN : PAMERAN PENDIDIKAN .....

TEMPAT : .....

TANGGAL KEGIATAN : .....

JUMLAH PESERTA YANG MENGIKUTI PAMERAN : .....

JUMLAH PENGUNJUNG BOOTH : .....

NAMA PETUGAS STAND UKI : 1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

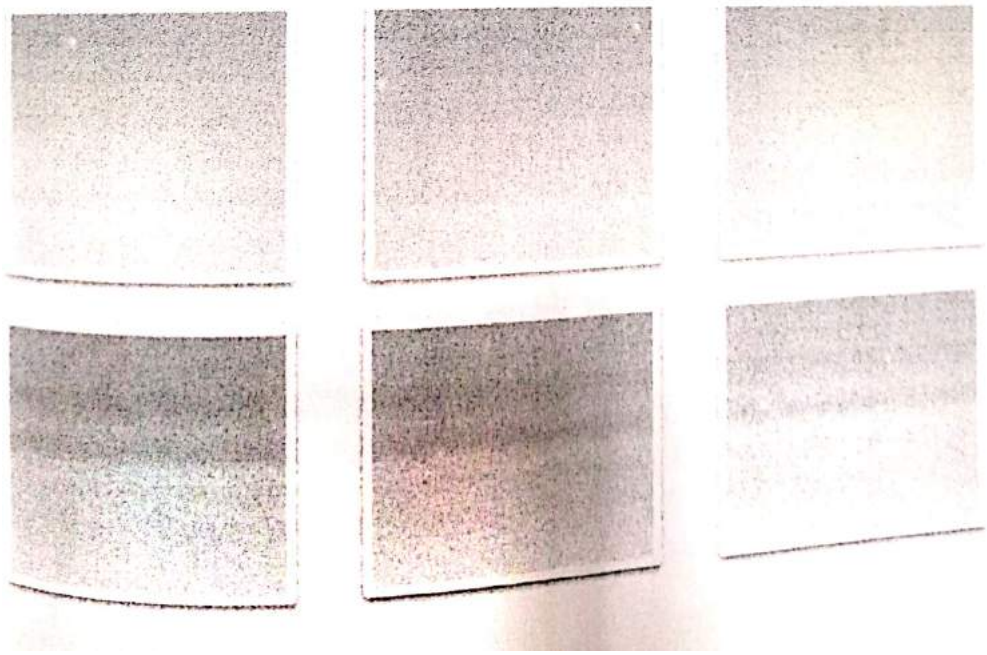
Dana yang diterima dari UKI :

Jumlah Dana yang terpakai :

Sisa/Kekurangan Dana :

Dokumentasi Pameran Pendidikan ..... / Roadshow .....

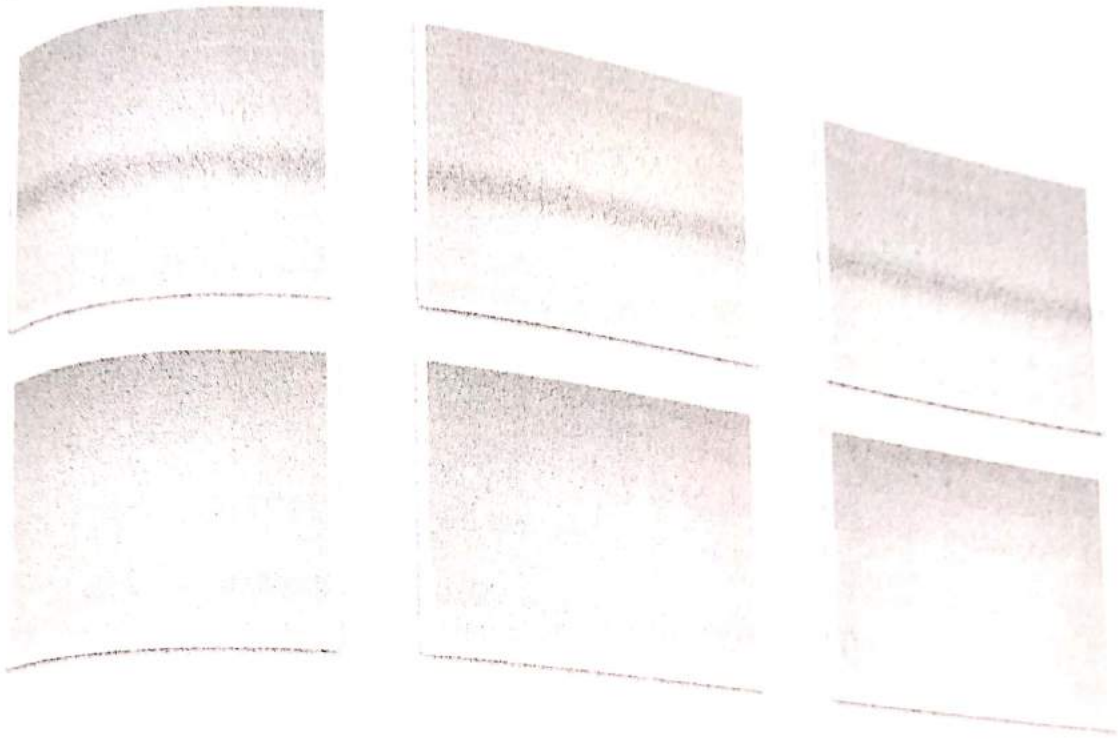
Foto di Booth UKI



Dipindai dengan CamScanner

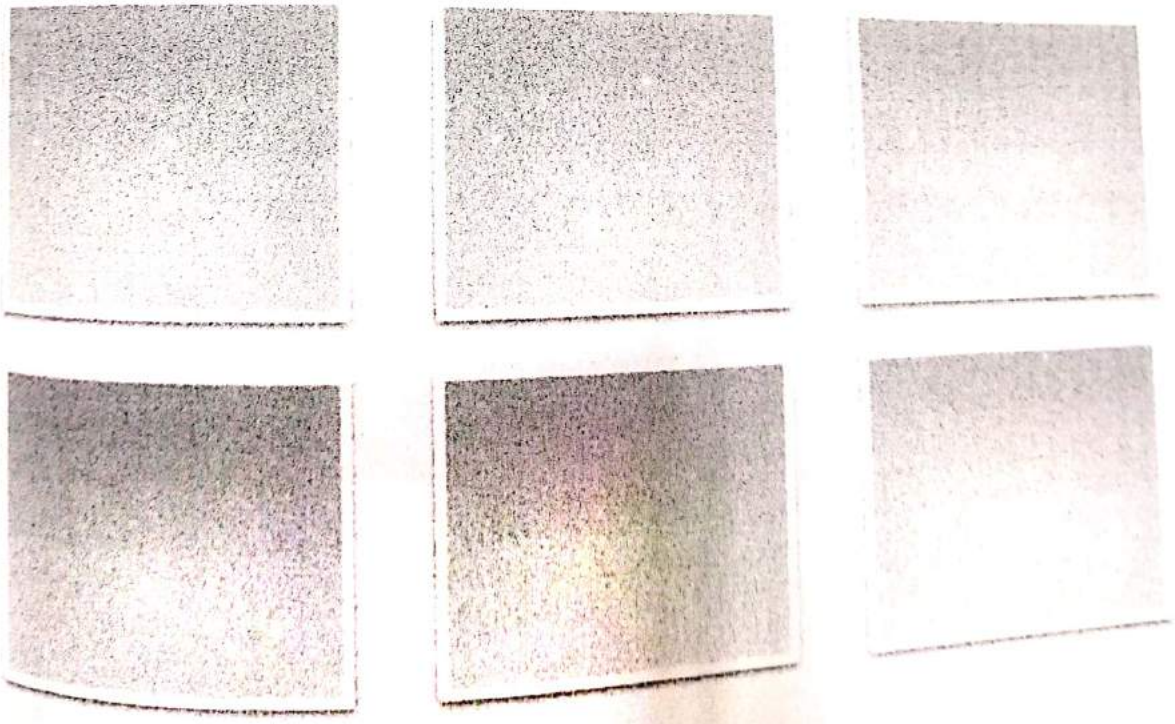
Dokumentasi Pameran Pendidikan ..... / Roadshow .....

Foto Promosi ke Gereja



Dokumentasi Pameran Pendidikan ..... / Roadshow .....

Foto Promosi ke Sekolah



Dipindai dengan CamScanner

Nomor : .....
Lampiran : Proposal Kegiatan
Perihal : .....

(.....Tanggal Surat.....)

Kepada Yth.,
Wakil Rektor Bid. Kemahasiswaan, Hukum, dan Kerja Sama
di
Universitas Kristen Indonesia

Dengan hormat,

Dalam rangka kegiatan Penerimaan Mahasiswa Baru T.A. ..... Kami Biro Humas dan Pemasaran akan mengikuti Pameran Pendidikan..... serta akan mengadakan roadshow promosi ke sekolah dan gereja.

Adapun kegiatan ini akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : .....
Tempat : .....

Berkenaan dengan hal tersebut kami mengajukan proposal kegiatan dengan rincian kebutuhan dana sejumlah **Rp** ..... terbilang ..... (Rincian Terlampir).

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kepala Biro Humas dan Pemasaran

(.....nama.....)

Tembusan:
WRKSA
Ka. Biro Keuangan

Dipindai dengan CamScanner

No. : .....
Lamp. : .....
Hal : Penawaran Pemasangan Iklan .....(Tanggal Surat)

Kepada Yth,
Kepala Biro Humas dan Pemasaran
Universitas Kristen Indonesia
Jakarta

Dengan Hormat,

Kami dari PT.....
Bersamaan dengan ini kami ingin mengajukan penawaran kerja sama dengan Universitas Kristen Indonesia dalam hal publikasi melalui media online, cetak, dan lain-lain .....

Dengan ini kami juga lampirkan proposal .....
.....

Silahkan hubungi tim marketing kami apabiia terdapat hal-hal yang ingin ditanyakan.
Demikian surat penawaran ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Salam Hormat,

(___nama_____)
(___jabatan____)

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR HADIR
RAPAT BHP
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Jl.Mayjen Sutoyo Cawang Jakarta Timur.Telp.8009190, Fax.8093948, website:www.uki.ac.id

No. Dokumen	
Hari/Tanggal	
Waktu	
Tempat	

NO.	Nama	Jabatan/Unit	Tanda Tangan

Dipindai dengan CamScanner

	NOTULEN RAPAT PIMPINAN REKTORAT UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA Jl.Mayjen Sutoyo Cawang Jakarta Timur.Telp.8009190, Fax.8093948, website:www.uki.ac.id	No. Dokumen	
		Hari/Tanggal	
		Waktu	
		Tempat	

Peserta Rapat :

1. *BHP*
2. *BHK*
3. *BKA*
4. *PT .....*

NO.	TOPIK	PIC	PEMBAHASAN
1.	Iklan UKI		• Harga yang ditawarkan PIHAK PT ..... untuk Iklan ..... yaitu Rp..... • Sesuai dengan email dan percakapan saat bernegoisasi di rapat yang dibuat PIHAK UKI dengan (PIHAK PT....), harga penawaran dari Pihak UKI sebesar Rp ..... (include PPN) • Sistem Pembayaran Iklan UKI di PIHAK PT ..... Hasil Pembahasan : Adanya kesepakatan harga antara Pihak UKI dan Pihak PT.... untuk Pemasangan Iklan di media online dan cetak sebesar Rp. ..... dan kesepakatan skema pembayaran yang diminta Pihak PT....

Notulis :

Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
PERIODE : BULAN ....

LOGO PERUSAHAAN

MEDIA ORDER FORM

NETT PAID : Rp .....

DESKRIPSI PROGRAM	TANGGAL	WAKTU	UKURAN/DURASI	RATE	TOTAL INS/SPOT	GROSS PAID	PACKAGE VALUE	NOTES

NOTES :
Include PPN 10%
No cancellation package
Berlaku dari Periode .....
dst.....

Dibuat Oleh,

(nama)
(jabatan)

Disetujui Oleh,

(nama)
(jabatan)

Dipindai dengan CamScanner

No. : .....
Hal : Media Order .....

Kepada Yth,
.....
.....
di tempat

Dengan hormat,
Menindaklanjuti penawaran paket iklan di ....., bersama surat ini kami sampaikan media order **Universitas Kristen Indonesia (UKI)** yang akan diproses pada periode ..... s/d ..... dengan spesifikasi sebagai berikut :

(misal : *Island Ad Inside Page)*

Media : .....
Ukuran : .....
Tanggal : .....
Jumlah Insersi : .....
Keterangan : Berbentuk Display Island Ad, terbit di halaman dalam .....
.....
Total Value : Rp .....

Adapun total pembayaran sebesar **Rp .....** dengan rincian sebagai berikut :

Total Value Package	.....
Total Paid (Rp/In Net + PPN)	.....
Saving Value	.....

Demikian media order ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

(.....nama.....)

(.....jabatan....)

Dipindai dengan CamScanner

No.	Materi Iklan
1	Design Poster untuk iklan di media online
2	Design Registrasi PMB
3	Design Profil UKI
4	Design Jalur Beasiswa Full
5	Design Jalur Beasiswa Prestasi
6	Narasi Kegiatan
7	Foto Kegiatan Unggulan UKI
8	Tulisan Dosen
9	Design PPS
10	Design Ucapan Paskah, Natal & Tahun Baru

Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jln. Mayjen Sutoyo no. 2, Cawang, Jakarta Timur 13630
Telp. 021 809 2425 ext 232 | humas-uki@uki.ac.id

LEMBAR INSTRUKSI
PEMASANGAN PUBLIKASI CETAK OUTDOOR

Barang Cetak : Spanduk/Banner/Baliho/Umbul-umbul/Poster/.....*
Ukuran :
Jumlah :
Lokasi Pasang :

Waktu Pasang :
Metode Pasang :
Keterangan :

Pemberi Instruksi

Kabag Media BHP UKI

**) coret yang tidak perlu*

Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jln. Mayjen Sutoyo no. 2, Cawang, Jakarta Timur 13630
Telp. 021 809 2425 ext 232 | humas-uki@uki.ac.id

LEMBAR REVISI
PERIZINAN PEMASANGAN PUBLIKASI CETAK OUTDOOR DI LINGKUNGAN UKI

Barang Cetak : Spanduk/Banner/Baliho/Umbul-umbul/Poster/.....*

Ukuran :

Jumlah :

Lokasi Pasang :

Tanggal Revisi :

Deadline Revisi :

Poin Revisi : -

-

-

-

Pemberi Revisi

Kabag Media BHP UKI

*) coret yang tidak perlu

Dipindai dengan CamScanner