



Strategi Humas Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi

Seprika Nur Andini¹, Adam Saleh², Selfiana Safitri³
Elvi Royani⁴, Tri Husnul Hasanah⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} STAI Nurul Falah Airmolek

*Email Korespondensi: seprika2233@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Diterima : 22 April 2025 Direvisi : 26 Juni 2025 Diterbitkan : 29 Juni 2025	Strategi Humas memainkan peran penting dalam upaya meningkatkan citra perguruan tinggi di mata masyarakat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya citra positif perguruan tinggi bagi reputasi dan kepercayaan publik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi humas yang efektif dalam upaya meningkatkan citra perguruan tinggi. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka (library research) yang menganalisis teori dan praktik humas. Hasil penelitian ini memberikan panduan berharga bagi praktisi Humas dalam perguruan tinggi untuk meningkatkan citra lembaga mereka secara efektif melalui komunikasi transparan dengan stakeholder, pemanfaatan media (massa dan sosial) untuk penyebaran informasi positif, pembangunan hubungan baik dengan publik internal dan eksternal, serta manajemen krisis yang responsif. Dengan demikian, strategi humas terintegrasi yang mencakup keempat aspek tersebut terbukti efektif dalam membangun citra perguruan tinggi yang positif dan kompetitif.
Kata Kunci: <i>Strategi, Humas, Citra, Perguruan Tinggi</i>	
Cara merujuk artikel ini: Andini, SN, dkk.. (2025). Strategi Humas Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi. <i>Tadribuna: Journal of Islamic Management Education</i> , 5 (2), h. 82-93.	Abstract <i>Public Relations strategy plays an important role in efforts to improve the image of higher education in the eyes of the public. This research is motivated by the importance of a positive image of higher education for the reputation and trust of the public. The purpose of this study is to analyze effective human strategies in efforts to improve the image of higher education. The method used is a library research that analyzes public relations theory and practice. The results of this study provide valuable guidance for Public Relations practitioners in higher education to improve the image of their institutions effectively through transparent communication with stakeholders, utilization of media (mass and social) to disseminate positive information, building good relationships with internal and external publics, and responsive crisis management. Thus, an integrated public relations strategy that includes these four aspects is proven effective in building a positive and competitive image of higher education.</i>
	Keywords: <i>Strategy, Public Relations, Image, College</i>

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan tinggi yang mengadakan proses pendidikan dan pembelajaran di tingkat yang lebih tinggi

setelah pendidikan menengah. Sedangkan menurut Nugraha, Humas atau public relations adalah kegiatan komunikasi dua arah antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal. Tujuan utama

dari bidang Humas adalah membangun citra positif, memelihara reputasi, dan menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi dengan lingkungan sekitarnya. Dalam konteks perguruan tinggi, Humas merupakan bagian yang strategis dalam sebuah organisasi untuk menjaga citra dan reputasi institusi, membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak, serta memastikan transparansi dan kepercayaan terhadap organisasi tersebut (Nugraha et al., 2025).

Peran humas dalam konteks perguruan tinggi semakin krusial di era informasi dan persaingan yang ketat. Lembaga pendidikan tinggi, sebagai penyelenggara pendidikan pasca-menengah, membutuhkan strategi humas yang efektif untuk membangun dan memelihara reputasi positif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi humas yang optimal bagi perguruan tinggi dalam membangun citra positif, menangani isu kritis, dan mengoptimalkan relasi dengan pemangku kepentingan. Menggunakan pendekatan kajian pustaka (*library research*), analisis akan difokuskan pada beberapa aspek kunci: (1) strategi komunikasi yang efektif dan transparan; (2) pembangunan hubungan yang harmonis dengan publik; (3) pemanfaatan media sosial; dan (4) pentingnya pelayanan mahasiswa sebagai pilar utama citra institusi. Teori dan praktik humas dari berbagai literatur akan ditelaah untuk mengembangkan kerangka analisis yang komprehensif. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi praktisi humas, pengelola perguruan tinggi, dan akademisi yang tertarik pada pengembangan strategi humas di lingkungan pendidikan tinggi (Dakir, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis data kualitatif yang berupa teks dan konsep, sehingga metode kajian kepustakaan (*library research*) menjadi pilihan yang sesuai. Danandjaja mengemukakan bahwa penelitian kepustakaan adalah cara penelitian bibliografi secara sistematis dan

ilmiah, yang meliputi pengumpulan bahan-bahan bibliografi, yang berkaitan dengan sasaran penelitian, teknik pengumpulan dengan metode kepustakaan dan mengorganisasikan serta menyajikan data-data. Metode ini menganalisis buku, dokumen, jurnal, dan referensi relevan untuk menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah. Data primer bersumber dari buku-buku tentang strategi humas. Data sekunder berupa buku penunjang dan artikel jurnal yang mendukung analisis strategi humas dalam meningkatkan citra perguruan tinggi (M. Sari, 2020).

Langkah-langkah yang peneliti gunakan dalam metode penelitian kajian kepustakaan yakni dengan melibatkan pencarian, seleksi, dan evaluasi literatur yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian pustaka dapat digunakan untuk menyusun landasan teori, memahami perkembangan pengetahuan terkini dalam bidang tertentu, atau merinci kerangka konseptual suatu studi. Penting untuk mencatat sumber-sumber yang digunakan dan menyajikan informasi secara kritis. Oleh karena itu, metode kajian kepustakaan sangat berguna dalam menyusun dasar teoritis untuk penulisan ini, serta bisa menetapkan landasan kuat untuk argumen dan temuan yang akan dihasilkan (R. Sari & Abdurrahman, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Strategi, Humas, Citra, Dan Perguruan Tinggi

Strategi

Strategi berakar pada bahasa Yunani *strategos* (dari *stratos*, militer, dan *agein*, memimpin), yang berarti kepemimpinan militer atau perencanaan kemenangan perang. Definisi ini, sebagaimana dikemukakan Clauswitz, menjelaskan penggunaan awal strategi dalam konteks peperangan. Namun, pengertian strategi telah berkembang melampaui ranah militer, merujuk pada cara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu (Yunus, 2016).

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana untuk mencapai tujuan

jangka panjang organisasi (Wahyudi et al., 2025). Strategi sangat mempengaruhi perkembangan jangka panjang suatu organisasi, biasanya untuk lima tahun ke depan, dan berorientasi ke masa yang akan datang (Ilyas, 2023). Definisi strategi seringkali beragam dan belum baku, sehingga pemahamannya menjadi kompleks. Untuk memperjelas, beberapa pihak membedakan strategi dan taktik: strategi difokuskan pada tujuan jangka panjang, sementara taktik pada tujuan jangka pendek. (Ahmad, 2020).

Humas

Public Relations (PR), atau Hubungan Masyarakat (Humas), merupakan fungsi manajemen strategis yang krusial dalam membangun, memelihara, dan memperkuat ikatan antara suatu organisasi dengan khalayak luasnya (Faustyna, 2025). Menurut Cristian, humas berupaya secara sadar mempengaruhi penyampaian komunikasi untuk bisa berpikir dengan baik, saling menghargai, mendukung satu sama lain, dan juga dapat bersimpati terhadap organisasi. Definisi lain menggambarkan humas sebagai suatu proses yang direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan pemahaman timbal balik organisasi dan masyarakat. Sedangkan humas dalam perguruan tinggi merujuk pada Departemen Hubungan Masyarakat yang bertanggung jawab untuk mengelola komunikasi antara perguruan tinggi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti mahasiswa, dosen, karyawan, alumni, media, dan masyarakat umum (Juhji, 2020).

Secara umum humas adalah suatu kegiatan yang terencana, berlangsung secara sistematis, berkelanjutan, dan teratur dalam sebuah program organisasi, serta bukan sebuah kegiatan yang hanya dilakukan secara sembarangan, melainkan humas dilakukan oleh seorang atau beberapa orang yang ahli dalam mengatur tata kelola komunikasi yang baik sehingga terciptanya kepercayaan dan citra positif dari masyarakat (Kriyantono, 2021).

Citra

Definisi citra menurut Khasali dalam (Indahingwati, 2019) yaitu Citra merupakan persepsi yang terbentuk dari pemahaman atas suatu realitas objektif. Ia merepresentasikan kesan yang ditimbulkan oleh suatu entitas (individu atau kelompok, termasuk organisasi) pada entitas lain, dibentuk melalui proses pengolahan informasi yang berkelanjutan dan berasal dari berbagai sumber yang dapat diandalkan. Kepercayaan entitas terhadap sumber informasi menjadi faktor penentu dalam penerimaan atau penolakan informasi yang diterima, sehingga membentuk dan memodifikasi citra secara bertahap (Manajemen et al., 2024).

Citra merupakan total persepsi terhadap suatu objek, terbentuk dari pengolahan informasi dari beragam sumber. Kazoleas menambahkan bahwa citra berkaitan erat dengan komunikasi organisasi kepada publik, melibatkan simbol, persepsi, dan perilaku yang sengaja dibangun. Keberhasilan universitas sangat bergantung pada citra yang terbangun, karena citra membentuk persepsi publik sebelum mereka membuat keputusan. Perbedaan persepsi ini wajar, mengingat pengalaman, pemahaman, dan cara memproses informasi setiap individu berbeda (Erdianti & Baharuddin, 2021).

Lopez juga menekankan bahwa citra perguruan tinggi yang positif dan kuat berdampak positif pada kinerjanya. Oleh karena itu, citra perguruan tinggi dapat didefinisikan sebagai seperangkat kepercayaan, ide, dan kesan seseorang terhadap perguruan tinggi (Misran, 2024).

Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan tinggi yang menyediakan pendidikan dan pelatihan di tingkat yang lebih tinggi setelah pendidikan menengah. Perguruan tinggi biasanya menawarkan program-program akademik seperti sarjana (*undergraduate*), magister (*master*), dan doktor (*doctorate*) dalam berbagai disiplin ilmu, seperti ilmu sosial, sains, seni, teknologi,

kedokteran, dan lainnya. Perguruan tinggi juga dikenal sebagai institusi pendidikan tinggi yang memberikan pendidikan lanjutan dan mendalam dalam bidang-bidang khusus (Rahayu, 2019).

Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi

Dalam meningkatkan citra perguruan tinggi, maka dibutuhkan strategi humas yang dapat dilakukan, diantaranya;

1. Komunikasi Efektif dan Transparan

Keberhasilan humas di lembaga pendidikan bergantung pada komunikasi yang efektif dan transparan. Pemahaman mendalam tentang peran dan kinerja humas menjadi kunci keberhasilan organisasi. Membangun relasi eksternal memperlancar program kerja, memaksimalkan pencapaian tujuan, dan mengefisienkan waktu. Strategi komunikasi organisasi didorong oleh kebutuhan dan target output. Komunikasi yang efektif menjadi jembatan penting. Untuk membangun citra positif, strategi humas harus menekankan moral dan etika, serta komunikasi dua arah dengan masyarakat. Hal ini penting untuk membentuk opini, persepsi, dan citra positif lembaga.

Menurut T. Hani Handoko dalam (Suci R.Mar, 2021), Proses komunikasi melibatkan transfer informasi dan pemahaman gagasan antar individu. Proses ini tak hanya bergantung pada kata-kata, tetapi juga intonasi, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh untuk memastikan pesan tersampaikan efektif. Hal ini menekankan pentingnya seni komunikasi, termasuk pengaturan intonasi, pemahaman ekspresi wajah dan bahasa tubuh agar pesan sampai sesuai maksud. Komunikasi merupakan interaksi antarmanusia untuk mencapai saling pengertian. Interaksi ini melibatkan unsur verbal dan nonverbal, seperti intonasi, pilihan kata, ekspresi, budaya organisasi, dan bahasa tubuh, baik individu maupun kelompok. Komunikasi terbagi dalam beberapa jenis: komunikasi personal (meliputi intrapersonal dan interpersonal), komunikasi kelompok (termasuk kelompok

kecil—seperti ceramah, diskusi panel, simposium, forum, seminar, dan curah pendapat—dan kelompok besar), komunikasi massa (melalui media seperti pers, televisi, radio, dan film), serta komunikasi media (melalui surat, telepon, poster, dan spanduk).

Humas memainkan peran penting dalam membangun citra perguruan tinggi melalui berbagai bentuk komunikasi tersebut. Berikut adalah cara humas dalam membangun citra perguruan tinggi melalui komunikasi personal, kelompok, massa, dan media.

a. Komunikasi Personal

Melalui komunikasi personal, humas dapat membangun citra positif perguruan tinggi dengan menjalin hubungan personal yang baik dengan mahasiswa dan dosen. Mendengarkan masukan, menyediakan dukungan, dan merespons kebutuhan mereka secara individual dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap perguruan tinggi. Humas juga perlu mengadakan kegiatan orientasi dan pembinaan yang melibatkan humas dapat membantu memperkenalkan identitas dan nilai-nilai perguruan tinggi kepada mahasiswa baru. Hal ini dapat membantu membangun rasa kebanggaan dan keterikatan dengan perguruan tinggi.

b. Komunikasi Kelompok

Melalui komunikasi kelompok, humas dapat mengorganisir kampanye-kampanye kepedulian masyarakat yang melibatkan mahasiswa, dosen, dan staf perguruan tinggi. Contohnya, program-program sosial, keberlanjutan lingkungan, atau kegiatan amal dapat meningkatkan citra perguruan tinggi sebagai lembaga yang peduli dan bertanggung jawab. Lalu humas juga dapat mengadakan diskusi dan forum publik yang melibatkan berbagai pihak seperti mahasiswa, dosen, alumni, dan masyarakat umum dapat memperkuat citra perguruan tinggi sebagai pusat pemikiran dan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses

penyebaran informasi secara luas melalui media kepada masyarakat. Salah satu ciri utama komunikasi massa yaitu jangkauannya yang sangat luas, memungkinkan pesan yang dikirimkan dapat diterima oleh audiens dalam jumlah yang besar (Abidin, 2025).

Melalui komunikasi massa, humas dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi, prestasi, dan kegiatan perguruan tinggi kepada audiens yang lebih luas. Konten yang menarik, interaktif, dan relevan dapat meningkatkan eksposur dan citra positif perguruan tinggi. Humas juga perlu memastikan liputan media positif dan berimbang tentang perguruan tinggi melalui publikasi, siaran pers, dan kerjasama dengan media massa dapat memperkuat citra dan reputasi perguruan tinggi di mata publik (Kustiawan et al., 2022).

d. Komunikasi Media

Melalui komunikasi media, humas perlu membangun hubungan yang baik dengan media melalui kerjasama yang saling menguntungkan, dengan memberikan informasi yang akurat, transparan, dan menarik kepada media dapat meningkatkan cakupan liputan yang positif terhadap perguruan tinggi. Dalam situasi krisis, humas harus dapat mengelola komunikasi dengan media secara efektif. Responsif, jujur, dan proaktif dalam mengatasi masalah dapat membantu menjaga reputasi perguruan tinggi di mata publik.

Mempertahankan citra positif organisasi dimulai dengan membangun kepercayaan semua pihak yang berkontribusi pada keberhasilan. Dengan demikian, dalam pembentukan citra positif bukanlah hanya melalui pihak internal saja, melainkan pihak eksternal juga perlu berkontribusi untuk alur maju mundurnya organisasi. Citra merupakan persepsi individu terhadap suatu objek, terbentuk melalui transfer pesan yang efektif. Komunikasi yang tepat, dengan penyampaian pesan yang menarik, akan menciptakan citra positif di benak audiens.

Hubungan harmonis antara perguruan tinggi dan masyarakat sangat penting dan saling menguntungkan. Dukungan

masyarakat sangat dibutuhkan oleh perguruan tinggi, sehingga komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk menjalin hubungan baik dan memfasilitasi pertukaran informasi. Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara kedua pihak.

Tujuan dari dijalankannya komunikasi efektif dan transparan ini adalah agar perguruan tinggi dapat menyampaikan maksud dan kebijakan kepada segenap publik yang dimiliki (eksternal dan internal), serta dapat memberikan kepercayaan atas apa yang akan dilakukan perguruan tinggi benar-benar memberikan bermanfaat bagi publik. Dengan dilakukannya komunikasi efektif tersebut maka perguruan tinggi akan memiliki citra yang baik atau citra positif dimata publik (Yanti & Aprianti, 2025).

2. Membangun Hubungan dengan Publik (Internal Dan Eksternal)

Strategi yang kedua yakni membangun hubungan dengan publik, baik publik internal maupun eksternal. Dalam konteks perguruan tinggi, terdapat berbagai macam publik internal dan eksternal yang memiliki peran dan kepentingan yang berbeda. Ada beberapa contoh publik internal dan eksternal dalam perguruan tinggi, diantaranya;

Publik Internal:

- Mahasiswa, merupakan salah satu publik internal utama dalam perguruan tinggi. Mereka adalah peserta didik yang aktif dalam proses pembelajaran dan kegiatan kampus (Dailami, 2023).
- Dosen dan Tenaga Pendidik, merupakan bagian integral dari staf akademik yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran di perguruan tinggi.
- Staf Administrasi, meliputi berbagai departemen dan unit yang mendukung berbagai kegiatan operasional dan administratif di perguruan tinggi.
- Alumni, adalah mantan mahasiswa yang telah menyelesaikan studi mereka di perguruan tinggi dan dapat menjadi

sumber daya dan dukungan penting bagi institusi (Badruttamam et al., 2023).

- e. Pengelola dan Pimpinan, didalam perguruan tinggi termasuk rektor, dekan, dan pimpinan unit, memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan institusi.

Publik Eksternal:

- a. Masyarakat Umum, merupakan publik eksternal yang luas dan mencakup berbagai individu, kelompok, dan komunitas di sekitar perguruan tinggi.
- b. Industri dan Bisnis, merupakan pihak eksternal yang dapat berkolaborasi dengan perguruan tinggi dalam penelitian, pengembangan, dan peluang kerja bagi mahasiswa.
- c. Media Massa, termasuk surat kabar, televisi, radio, dan media online, memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan berita terkait dengan perguruan tinggi.
- d. Pemerintah, memiliki tanggungjawab dalam mendukung dan mengawasi keberlangsungan dan kualitas pendidikan di perguruan tinggi.
- e. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), merupakan pihak eksternal yang dapat berperan dalam advokasi, monitoring, dan memberikan masukan terkait dengan isu-isu sosial dan pendidikan yang relevan dengan perguruan tinggi (Dwi Hardianto & Agung Martono, 2022).

Humas memainkan peran yang krusial dalam membangun hubungan publik baik secara internal maupun eksternal bagi sebuah perguruan tinggi. Secara internal, humas bertanggung jawab untuk memastikan terjalinnya komunikasi yang efektif dan harmonis antara berbagai unit dan stakeholder di dalam perguruan tinggi. Hal ini melibatkan penyampaian informasi yang jelas, transparan, dan akurat mengenai kebijakan, program, dan kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi kepada seluruh anggota komunitas kampus. Dengan memastikan terjaganya komunikasi internal yang baik, humas dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang

kolaboratif, mendukung, dan produktif di dalam perguruan tinggi.

Sementara itu, dalam konteks hubungan publik eksternal, humas bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan berbagai pihak di luar perguruan tinggi, seperti media massa, pemerintah, industri, masyarakat, dan lembaga lainnya. Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara perguruan tinggi dengan publik eksternal, dengan tujuan untuk mempromosikan citra positif perguruan tinggi, memperluas jaringan kerjasama, dan meningkatkan dukungan dari berbagai pihak terkait.

Hubungan perguruan tinggi terhadap publik eksternal yang dikelola oleh humas, yaitu adalah realisasi bentuk hubungan kerjasama dengan berbagai perusahaan swasta. Melalui hubungan kerjasama yang baik dengan berbagai perusahaan ternama, maka peluang perguruan tinggi untuk menempatkan para lulusannya bekerja di perusahaan tersebut semakin besar. Hal ini dapat menjadi bahan informasi dan publikasi kepada masyarakat bahwa lulusan perguruan tingginya mampu mencetak lulusan yang berkualitas. Selain itu kredibilitas perguruan tinggi juga lebih dapat ditingkatkan melalui kerjasama dengan cara mengikutsertakan perguruan tinggi dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan, sehingga nama perguruan tinggi akan semakin dikenal di masyarakat (Bairizki, 2021).

Dalam membangun hubungan publik eksternal, humas perlu memiliki kemampuan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, merespons isu-isu yang berkembang dengan cepat dan tepat, serta mengelola krisis secara profesional. Melalui kegiatan promosi, publikasi, acara-acara, dan kampanye komunikasi lainnya, humas dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perguruan tinggi, serta memperkuat hubungan kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal.

Secara keseluruhan, humas memiliki peran yang sangat penting dalam

membangun hubungan publik yang baik, baik secara internal maupun eksternal, bagi sebuah perguruan tinggi. Dengan memastikan terjaganya komunikasi yang efektif, transparan, dan responsif, humas dapat membantu meningkatkan citra perguruan tinggi, memperkuat hubungan dengan berbagai pihak terkait, serta mendukung pencapaian tujuan dan visi institusi pendidikan tersebut.

3. Pengelolaan Media Sosial

Strategi yang ketiga yakni pengelolaan media sosial. Hampir semua kelompok manusia, saat ini telah menggunakan teknologi internet untuk berkomunikasi satu sama lain, salah satunya yaitu media sosial. Untuk berkomunikasi tersebut, seseorang dapat mengambil sudut pandang sosial atau perspektif teknologi. Dalam perspektif sosial, maka orang dapat berkomunikasi satu dengan lainnya secara face to face, sedangkan dalam perspektif teknologi, maka seseorang dapat melakukan komunikasi melalui teknologi informasi atau internet (Shiefti Dyah Alyusi, 2016; 27-28).

Media sosial sendiri merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat (Alam, 2023). Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Di perguruan tinggi, Humas perlu mengelola media sosial dengan sebaik-baiknya, guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Ada beberapa cara yang dapat diterapkan oleh Humas dalam mengelola media sosial, diantaranya;

a. Penyusunan Konten yang Menarik. Humas perlu menyusun konten yang menarik, informatif, dan relevan untuk dipublikasikan di media sosial. Konten-konten tersebut dapat berupa pengumuman, foto dan video kegiatan, informasi acara, atau cerita inspiratif tentang kehidupan

yang terjadi di dalam perguruan tinggi.

b. Interaksi Aktif dengan Pengikut. Humas dapat meningkatkan interaksi dengan pengikut di media sosial melalui respons yang cepat, berpartisipasi dalam diskusi, dan mengadakan kontes atau kuis. Hal ini membantu memperkuat keterlibatan pengikut dan membangun komunitas yang aktif di media sosial.

c. Analisis Kinerja. Humas perlu melakukan analisis kinerja konten di media sosial, mengukur engagement rate, reach, dan sentimen pengikut terhadap konten yang dipublikasikan. Hal ini membantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi media sosial yang diterapkan dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Dalam menggunakan media sosial sebagai bagian dari publikasi pemberitaan, humas perguruan tinggi tidak hanya sekedar memanfaatkan media tersebut namun perlu memaksimalkan media sosial dengan melihat karakter dari media tersebut. Sebagai contoh, Instagram yang digunakan untuk mempublikasikan foto atau video. Selain tampilan foto atau video yang representatif, penggunaan twibbon pada Instagram juga diperlukan agar tercipta tampilan lini masa yang estetik. Dalam melakukan publikasi, humas juga dihimbau agar tidak menggunakan caption yang terlalu panjang. Para pengunjung diarahkan mengunjungi tautan ke website perguruan tinggi jika ingin mengetahui pemberitaan secara lengkap. Dengan mengelola media sosial secara terintegrasi dan strategis, humas dapat memainkan peran yang penting dalam membangun citra positif perguruan tinggi, meningkatkan eksposur, dan memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan.

4. Konsentrasi Pada Pelayanan Mahasiswa

Strategi yang keempat yakni konsentrasi pada pelayanan mahasiswa. Kompetisi di dunia pendidikan tinggi sangat ketat, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pendidikan, jumlah peminat, program studi yang ditawarkan,

dan fasilitas yang tersedia. Perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, terus berupaya meningkatkan daya saing dengan menawarkan berbagai keunggulan kepada calon mahasiswa. Hal ini meliputi reputasi perguruan tinggi dan program studinya, lokasi kampus yang strategis, fasilitas yang lengkap, beragam jalur penerimaan mahasiswa, sistem pembiayaan yang fleksibel (termasuk diskon dan beasiswa), serta juga dapat memastikan kenyamanan mahasiswa.

Menurut Lovelock dalam (Yusuf & Anggraeni, n.d., 2022) sebuah proses pelayanan yang baik dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, didasarkan atas sejumlah persyaratan yang menjadi tujuan penting bagi pelayanan organisasi. Tata cara pelayanan menggambarkan alur dan metode kerja dalam sistem operasional pelayanan, di mana para petugas bekerja secara terintegrasi untuk menciptakan sebuah pengalaman pelanggan yang optimal dan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Schiffman dan Kanuk yang menekankan pentingnya pelayanan sebagai faktor kunci dalam memuaskan pelanggan.

Konsentrasi humas pada pelayanan mahasiswa merupakan aspek yang sangat penting dalam memastikan kepuasan dan kesejahteraan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Humas perlu fokus pada upaya memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan informatif kepada mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Hal ini meliputi memberikan informasi yang jelas mengenai program-program akademik, kegiatan kampus, dan layanan pendukung lainnya yang tersedia bagi mahasiswa.

Selain itu, humas juga perlu aktif berkomunikasi dengan mahasiswa untuk memahami kebutuhan, masalah, dan harapan mereka. Dengan mendengarkan dan merespons secara proaktif terhadap masukan dari mahasiswa, humas dapat membantu meningkatkan pengalaman belajar dan kehidupan mahasiswa di

perguruan tinggi. Humas juga perlu memberikan dukungan dan bimbingan kepada mahasiswa dalam mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi selama menjalani studi di perguruan tinggi.

Humas juga dapat mempromosikan berbagai kegiatan dan acara yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam kehidupan kampus. Dengan mengorganisir acara-acara seperti seminar, workshop, kompetisi, atau kegiatan sosial, humas dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi dan akademik mahasiswa. Selain itu, humas juga dapat memanfaatkan media sosial dan saluran komunikasi lainnya untuk terus berinteraksi dengan mahasiswa dan menjaga hubungan yang positif dengan mereka.

Secara keseluruhan, konsentrasi humas pada pelayanan mahasiswa merupakan fondasi yang penting dalam membangun hubungan yang baik antara perguruan tinggi dan mahasiswa. Dengan memberikan pelayanan yang baik, mendengarkan kebutuhan mahasiswa, mempromosikan keterlibatan mahasiswa, dan menjaga komunikasi yang terbuka, humas dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang inklusif, mendukung, dan memenuhi kebutuhan mahasiswa secara holistik, serta perguruan tinggi dapat memperbaiki citra mereka di mata publik, meningkatkan loyalitas mahasiswa, dan memperkuat posisi mereka sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan berintegritas.

5. Manajemen Krisis

Strategi yang kelima adalah manajemen krisis. Birnbaum dan Shushok Jr dalam (Amalia et al., n.d., 2024) mengemukakan bahwa perguruan tinggi menghadapi berbagai jenis krisis yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. Krisis Berulang (*Pandemic Crisis*): Krisis ini terjadi secara berulang dengan frekuensi tinggi. Selama seperempat abad terakhir, misalnya, masalah keuangan menjadi krisis utama yang

berulang di banyak perguruan tinggi.

- b. Krisis Kronis (*Chronic Crisis*): Krisis ini muncul secara terus-menerus, meskipun frekuensi dan intensitasnya bervariasi. Lima isu kronis yang sering dihadapi meliputi: kepercayaan publik, relevansi kurikulum, keterlambatan adaptasi terhadap perubahan (stagnasi), kesenjangan kesetaraan dan keberagaman, serta kepemimpinan dan tata kelola. Isu-isu ini menjadi agenda rutin pembahasan kebijakan perguruan tinggi.
- c. Krisis Sporadis (*Sporadic Crisis*): Krisis ini bersifat tiba-tiba dan tidak terduga, contohnya: gejala mahasiswa, masalah plagiarisme atau integritas akademik, pelanggaran etika, dan penurunan jumlah mahasiswa baru.
- d. Krisis Khusus (*Idiosyncratic Crisis*): Krisis ini bersifat unik dan spesifik, misalnya: masalah akreditasi, kekurangan lahan parkir, atau perselisihan internal yang melibatkan banyak pihak. Meskipun terkesan sepele bagi sebagian orang, krisis jenis ini dapat menghambat perkembangan institusi.

Manajemen krisis memerlukan penanganan segera untuk mencegah kerusakan reputasi dan operasional perguruan tinggi. Proses manajemen krisis meliputi beberapa tahap, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, tindakan dan komunikasi, serta evaluasi. Tahapan ini mencakup pengumpulan data dan fakta, pembatasan isu, penunjukan juru bicara, dan pengelolaan krisis secara komprehensif (Dewi & Rachmad, 2023).

Dalam konteks manajemen krisis perguruan tinggi, strategi humas memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan citra institusi pendidikan. Manajemen krisis merupakan suatu kegiatan yang tidak terhindarkan, namun respons yang tepat dan efektif dari humas dapat membantu mengurangi dampak negatif dan memperkuat citra perguruan tinggi di mata publik. Berikut adalah beberapa strategi humas dalam manajemen krisis perguruan tinggi untuk

meningkatkan citra perguruan tinggi:

- a. Respons Cepat dan Tepat. Humas perlu merespons krisis dengan cepat dan tepat. Hal ini melibatkan identifikasi dan evaluasi situasi krisis dengan cermat, serta merancang strategi komunikasi yang efektif untuk mengatasi isu-isu yang muncul.
- b. Transparansi dan Keterbukaan. Humas perlu memberikan informasi yang transparan dan keterbukaan selama krisis. Menyediakan informasi yang akurat dan jelas kepada publik dapat membantu membangun kepercayaan dan mengurangi spekulasi negatif.
- c. Komunikasi Multikanal. Humas perlu menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, konferensi pers, dan surat kabar, untuk menyampaikan informasi terkait krisis kepada berbagai pemangku kepentingan.
- d. Mengelola Opini Publik. Humas perlu proaktif dalam mengelola opini publik selama krisis. Hal ini melibatkan monitoring media, merespons komentar dan pertanyaan dari masyarakat, serta memberikan klarifikasi yang diperlukan.
- e. Bertindak dengan Empati. Humas perlu bertindak dengan empati dan sensitivitas terhadap para korban atau pihak yang terdampak langsung oleh krisis. Menunjukkan empati dan memberikan dukungan kepada mereka dapat membantu memperkuat citra perguruan tinggi sebagai lembaga yang peduli dan bertanggung jawab.
- f. Evaluasi dan Pembelajaran. Setelah krisis berakhir, humas perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap respons yang diberikan selama krisis. Pembelajaran dari pengalaman tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan humas dalam menghadapi krisis di masa depan.

Dengan menerapkan strategi humas yang efektif dalam manajemen krisis, perguruan tinggi dapat mengelola krisis dengan baik, meminimalkan dampak negatif terhadap citra institusi, dan bahkan

memanfaatkan krisis sebagai peluang untuk memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, perguruan tinggi dapat mempertahankan reputasi mereka sebagai lembaga pendidikan yang profesional, transparan, dan peduli terhadap kepentingan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji strategi humas efektif untuk peningkatan citra perguruan tinggi, menemukan bahwa pendekatan terintegrasi yang meliputi komunikasi transparan dan efektif dengan stakeholders internal dan eksternal melalui beragam kanal komunikasi, pengembangan relasi publik yang harmonis, pengelolaan media sosial yang strategis, fokus pada layanan prima mahasiswa, dan manajemen krisis yang responsif, terbukti ampuh. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis pada pemahaman strategi humas terintegrasi dalam konteks pendidikan tinggi serta implikasi praktis bagi praktisi humas. Penelitian selanjutnya idealnya melakukan verifikasi empiris, menelaah peran variabel moderasi dan mediasi, dan menggunakan desain longitudinal untuk menganalisis dampak jangka panjang. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi substansial pada pengembangan strategi kehumasan dan manajemen pendidikan tinggi melalui penyediaan kerangka kerja komprehensif guna meningkatkan citra dan daya saing perguruan tinggi.

REFERENSI

- Abidin, S. (2025). *Komunikasi Massa (Teori, Praktik, Dan Dampaknya Di Era Digital)* (P. Cahyono, Ed.; 1st ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://books.google.co.id/books/about/KOMUNIKASI_MASSA.html?id=1GNQEQAQAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&gl=ID&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. CV. Nas Media Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Strategis/DgQLEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=MANAJEMEN+STRATEGIS&printsec=frontcover
- Alam, W. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran* (A. Sofatunisa, Ed.; 1st ed.). CV. Mega Press Nusantara. https://books.google.co.id/books/about/Sosial_Media_dan_Strategi_Pemasaran.html?id=fYj9EAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&gl=ID&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Amalia, A., Permata, C., Wulandari, M. P., & Kriyantono, R. (n.d.). *Evaluasi Manajemen Krisis Humas Perguruan Tinggi*. Retrieved June 1, 2024, from <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/index>
- Badruttamam, Jamal, N., & Sholehuddin, M. (2023). Peranan Alumni Dalam Peningkatan Mutu Madrasah Di MTS Nurut Thullab Bangsal Kedungdung Sampang. *Pendidikan*, 4(1), 87–89. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/alallam/about/contact>
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Public Relations (Teori Dan Implementasi Humas Perguruan Tinggi)* (P. Risqi, Ed.; 1st ed.). PUSTAKA AKSARA. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Public_Relations_Teori_dan_Imp/NfFcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+public+relations+\(teori+dan+implementasi+humas+perguruan+tinggi\)&pg=PP1&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Public_Relations_Teori_dan_Imp/NfFcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+public+relations+(teori+dan+implementasi+humas+perguruan+tinggi)&pg=PP1&printsec=frontcover)
- Dailami. (2023). *Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Dengan Dosen* (E. Fadly, Ed.; 1st ed.). DEEPUBLISH DIGITAL. https://books.google.co.id/books?id=n6VMEQAQAQBAJ&pg=PA25&dq=pengertian+mahasiswa&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKewiCiaj12N

- aNAXUJbmWGHrFO40Q6wF6BAgFE
AU#v=onpage&q=pengertian%20mah
asiswa&f=false
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Era Global*.
- Dwi Hardianto, A., & Agung Martono. (2022). Peran Lembaga Swadaya Masyarakat Dalam Mendorong Pemberdayaan Untuk Pembangunan Masyarakat Yang Berkelanjutan. *Ilmiah Indonesia*, 7(9), 12787. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/9380/5372>
- Erdianti, O., & Baharuddin, F. (2021). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Universitas 45 Surabaya. *Psikologi Humanistik'45*, 8(1), 26-27. <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/humanistik/article/view/178>
- Faustyna. (2025). *HUMAS*. <https://sg.docworkspace.com/d/sIHrP8LSDAvON-sEG>
- Ilyas, A. (2023). *Buku Ajar Manajemen Strategis* (Efitra, Ed.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books/about/BUKU_AJAR_MANAJEMEN_STRATEGI.html?id=UsPaEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&gl=ID&redir_esc=y#v=onpage&q&f=false
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan Sim Corner Di Indonesia* (F. Rahmayani, Ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya. https://www.google.co.id/books/edition/KEPUASAN_KONSUMEN_DAN_CITRA_INSTITUSI_KE/rMCrDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=KEPUASAN+KONSUMEN+DAN+CITRA+INSTITUSI+KEPOLISIAN+PADA+KUALITAS+LAYANAN+SIM+CORNER+DI+INDONESIA&pg=PT87&printsec=frontcover
- Indra Dewi, S., & Rachmad Rinata, A. (2023). Penerapan Manajemen Krisis oleh Humas PTPN XIII Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *TUTURLOGI*, 4(2), 70-74. <https://doi.org/10.21776/ub>
- Juhji, F. (2020). *Manajemen Humas Sekolah* (Saeful Bahri). Widina Bhakti Persada Bandung. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_HUMAS_SEKOLAH/INTnDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=MANAJEMEN+HUMAS+SEKOLAH&printsec=frontcover
- Kriyantono, R. (2021). *BAEST PRACTICE HUMAS (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing* (E. Widiyanto, Ed.; 1st ed.). KENCANA. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=A9QmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=info:7yQujFyWw4J:scholar.google.com/&ots=wdhqr3uQn&sig=HS1JhXHDTr4Qm9NycJI3yvt-ij8&redir_esc=y#v=onpage&q&f=false
- Kustiawan, W., Siregar, F., & Alwiyah, S. (2022). Komunikasi Massa. *Analytica Islamica*, 11(1), 2-3. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/viewFile/11923/5451>
- Masrufa, B. (2024). Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan. *At Tadbir: Islamic Education Management Journal Islam*, 2(1), 48-49. <https://jurnal.stituwjombang.ac.id/index.php/attadbir/article/view/1585>
- Misran, N. (2024). Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Swasta. *Ilmu Komunikasi*, 3(4), 369. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i4.3106>
- Nugraha, M., Andriani, N., & Hilman, C. (2025). *Manajemen Perguruan Tinggi* (M. Nugraha & S. Riasah, Eds.; 1st ed.). CV. Mega Press Nusantara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=MFIYEQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=info:_ef9Ipij8afYJ:scholar.google.com/&ots=10n8RYwCwE&sig



- =DkEXzxc6PaeP8Hz-
R_ZHeFsFU&redir_esc=y#v=onepage
&q&f=false
- Rahayu, A. (2019). *Model Dan Strategi Tata Kelola Perguruan Tinggi Berdaya Saing* (Sartono, Ed.; 1st ed.). CV BUDI UTAMA.
https://www.google.co.id/books/edition/Model_Dan_Strategi_Tata_Kelola_Perguruan/nB64DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=MODEL+DAN+STRATEGI+TATA+KELOLA+PERGURUAN+TINGGI+BERDAYA+SAING&pg=PA261&printsec=frontcover
- Sari, M. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. 44.
https://core.ac.uk/download/pdf/335289208.pdf?utm_source=perplexity
- Sari, R., & Abdurrahman. (2025). Strategi Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Tunas Luhur,. *Educatio*, 11(1), 2.
- Shiefti, A. (2016). *Media Sosial; Interaksi, Identitas Dan Media Sosial: Vol. I* (Gusti, Ed.; I). KENCANA.
https://www.google.co.id/books/edition/Media_sosial/z_nJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=MEDIA+SOSIAL%3B+INTERAKSI,+IDENTITAS+DAN+MEDIA+SOSIAL&printsec=frontcover
- Suci R.Mar. (2021). *Dasar-dasar Komunikasi* (Irni Shobariani, Ed.). Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_Komunikasi/MAsPEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dasar+dasar+komunikasi&printsec=frontcover
- Wahyudi, Sopi, Jefri, Ukie, & Yovita. (2025). *Manajemen Strategis* (U. Arsa, Ed.; 1st ed.). PT. Adab Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=1eNdEQAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Yanti, E., & Aprianti, N. (2025). *Komunikasi Efektif* (Nasrudin, Ed.; 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
https://books.google.co.id/books?id=vIJVEQAAQBAJ&pg=PA1&dq=tujuan+komunikasi+efektif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwiqgqrP4NaNAxVTTGwGHAT5GXkQ6wF6BAgJEAU#v=onepage&q=tujuan%20komunikasi%20efektif&f=false
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (Aditya Ari Christian, Ed.; I). CV ANDI OFFSET.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Strategis/vKk5DgAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+strategis&printsec=frontcover
- Yusuf, K., & Anggraeni, L. (n.d.). *Pelayanan Prima Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Di Universitas Paramadina Excellent Service On Admission Of New Students At Paramadina University*. Retrieved May 30, 2024, from <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/710>