

## ORIGINAL RESEARCH

# ANALISIS KEGIATAN HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI LEMBAGA

Muhammad Hanif Muzhaffar<sup>1\*</sup>, Erwan Efendi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Fakultas Ilmu sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

### Article info

Article History:

Received: 17 May 2025

Revised: 28 May 2025

Accepted: 08 June 2025

Published: 20 June 2025

**Keywords:** Activities; Public Relations; Reputation.

### Corresponding Author:

Muhammad Hanif Muzhaffar Email:

[muhammad0603212034@ui nsu.ac.id](mailto:muhammad0603212034@ui nsu.ac.id)

### Abstract

Reputation is a very valuable asset for all universities, with a good reputation not only increasing public trust but also attracting prospective students, cooperation partners and increasing the power of higher education at the national and international levels. In this case the role of public relations and other units in the institution becomes very important in building, maintaining and improving the reputation of a college in order to be able to compete with other universities, through public relations activities to internal audiences and external audiences external public as the target of its activities, in this study the researcher wants to examine what the strategy of public relations activities of UIN SU in building the reputation of North Sumatra State Islamic University, this research uses descriptive qualitative research type. In addition, this research uses several things to be able to obtain data, namely interviews, observation and documentation. Then to check the validity of the data that has been analyzed using data triangulation techniques. So this research concludes that strengthening the capacity of Public Relations, crisis management, and optimizing cooperation with internal units, media and external agencies need to be carried out in order to maintain and improve the reputation of the State Islamic University.

Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi

E.ISSN: 2620-4061

Vol. 9 No. 1 June 2025 (112-123)

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI>

DOI: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v9i1.5867>

**How To Cite:** Muzhaffar, H., & Efendi, E. (2025). Analisis Kegiatan Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 9(1), 103–113. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v9i1.5867>



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Era teknologi informasi dan globalisasi yang semakin modern sekarang ini menuntut lembaga pendidikan tinggi untuk memiliki reputasi yang kuat sehingga menciptakan persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat dan menimbulkan permintaan global yang terus menuntut perguruan tinggi untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan (Anih 2016). Reputasi menjadi salah satu faktor penting dalam menarik mahasiswa, dosen berkualitas, dan mitra strategis. Reputasi yang baik dapat mempengaruhi dukungan dari pemerintah, industri, dan masyarakat (Budiarti, Supriyanto, and Sunandar 2018). Reputasi terbentuk dari informasi yang diterima oleh publik, dimana jika informasi yang diterima positif, maka akan menciptakan reputasi yang positif sebaliknya, jika informasi yang diterima negatif, maka akan menciptakan reputasi yang negatif pula (Mallappiang, Agustang, and Idkhan 2021).

Menurut Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Abdul Haris menyatakan reputasi adalah pondasi utama untuk keberhasilan perguruan tinggi. Pada acara “2nd Leadership Talks: Diskusi Kepemimpinan Perguruan Tinggi 2024” yang diselenggarakan di Jakarta, Haris menekankan bahwa reputasi tidak hanya sekedar peringkat tetapi juga diukur dari dampak sosial yang diberikan kepada masyarakat (Zubaidah 2024). Hal ini menunjukkan bahwa universitas harus terus meningkatkan kualitasnya dalam hal apapun baik itu eksternal maupun internal agar dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan masyarakat. Reputasi yang baik dapat diketahui oleh masyarakat luas tidak terlepas dari adanya peran hubungan masyarakat (humas) universitas untuk terus menyebarkan informasi ke media massa dan media sosial. Hubungan masyarakat (humas) sebagai garda terdepan memiliki peran yang sangat penting dan strategis. Peran ini terlihat dari berbagai perspektif, terutama terkait kemampuan humas dalam membangun citra, komunikasi krisis, dan menjaga reputasi sebuah lembaga. Humas juga berfungsi dalam manajemen dan membangun komunikasi yang baik secara eksternal maupun internal sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan lembaga itu sendiri (Hairunnisa 2020).

Tujuan utama humas adalah untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun hubungan antara organisasi dan pemangku kepentingan, sehingga mempengaruhi opini publik dan mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini tentunya membutuhkan sebuah kegiatan komunikasi yang baik dan terarah untuk meningkatkan pelayanan, pendidikan, dan keagamaan baik itu internal maupun eksternal (Fahrudin and Prayudha 2023). Humas berperan besar terhadap jalannya kegiatan di suatu lembaga maupun perusahaan. Dibalik fungsi dan tugasnya, humas memiliki peran sebagai komunikator dan pembangun reputasi sebuah lembaga. (Mallappiang, Agustang, and Idkhan 2021). Pakar humas menyatakan bahwa ada 7 poin kegiatan humas yang efektif sehingga dapat dilakukan untuk menjaga dan membangun reputasi sebuah lembaga yaitu publikasi, program acara atau *event*, pemberitaan, kepedulian terhadap suatu komunitas, *inform or image, lobby or negotiation*, dan tanggung jawab sosial (Thacia and Setyanto 2023).

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU), sebagai salah satu perguruan tinggi negeri islam terkemuka di Sumatera Utara yang terakreditasi "UNGGUL," yang memiliki peran penting dalam pendidikan dan keagamaan, sehingga UIN SU terus berupaya mengembangkan dan memperkuat pendidikan, pembelajaran, penelitian, serta kegiatan lainnya di Civitas Akademika. Tanggapan masyarakat terhadap UIN SU dapat kita lihat dari jumlah peserta PBAK tahun 2023/2024 berjumlah 5.587 mahasiswa. Tahun 2025 UIN SU kembali membuka kuota pendaftaran sebanyak 6.790 Mahasiswa. Hal ini terlihat adanya peningkatan dari tahun sebelumnya, yang

menunjukkan bahwa tingginya peminat UIN SU dari tahun lalu sehingga UIN SU menambah kuota pendaftaran lebih banyak dari tahun sebelumnya. Hingga saat ini UIN SU semakin menjadi Universitas yang banyak diminati setiap tahunnya yang dapat dilihat dari peningkatan mahasiswa baru. Tingginya minat mahasiswa terhadap UIN SU yang membuat semakin besar nama UIN SU tentunya tidak terlepas dari peran hubungan masyarakat (humas) UIN SU yang memberikan informasi secara luas kepada masyarakat baik secara eksternal maupun internal (Surbakti 2019).

Humas UIN SU memerlukan peran maksimal untuk mewujudkan reputasi yang unggul dan mampu bersaing dengan lembaga lain. Humas UIN SU bekerja keras dalam mempertahankan reputasi dengan menyediakan informasi-informasi mengenai UIN SU yang dapat membuat masyarakat semakin mengenal UIN SU sehingga menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap UIN SU. Humas UIN SU mempunyai fungsi seperti membuat pemberitaan, merespon, memadukan, mengadaptasikan fakta dan berita yang berkaitan Bersama dunia pemberitaan. Humas berperan penting dalam menyampaikan informasi dengan jelas untuk meningkatkan pemahaman publik (Surbakti 2019).

Era tuntutan keterbukaan informasi publik menjadi landasan bagi Humas UIN SU untuk meningkatkan peran dan fungsinya guna mewujudkan profesionalisme kehumasan. Humas UIN SU terutama berfokus pada beberapa tugas utama, antara lain bertindak sebagai juru bicara lembaga, sebagai fasilitator komunikasi, memberikan informasi mengenai kebijakan, melaksanakan komunikasi yang aktif, mendistribusikan informasi terkait layanan institusi, serta membina lingkungan yang positif untuk hubungan yang mendukung dan harmonis dengan internal maupun eksternal. (Putri and Sutarjo 2023).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hairunnisa (2020) mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman Samarindadi dengan judul " Analisa Kegiatan Humas Universitas Mulawarman Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga" dengan mengunakan Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengacu pada model analisis interaktif yang di kembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (2014) penelitian ini menggunakan teori *Public Relation* menurut Dr. Rex Harlow dan teori reputasi menurut Eberl dan Schwaiger, Hasil penelitian ini menunjukkan humas Universitas Mulawarman dalam meningkatkan reputasi lembaga cukup berhasil. Pemberitaan dan publikasi mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir terhitung sejak 2018 dalam hal publikasi berita. Sedangkan pelayanan dan informasi telah berhasil membangun dan menjaga citra positif pada lembaga tersebut.

Berdasarkan pengamatan saya sebagai mahasiswa UIN SU, reputasi sebuah lembaga terbentuk dari nilai yang diberikan oleh masyarakat dan capaian yang dihasilkan dan diakui oleh publik. Hal ini tercermin dari berbagai prestasi mahasiswa baik di tingkat nasional maupun internasional, seperti perolehan 1st Best Speaker, 1st Best Project Innovation, dan 1st Best Video Innovation dalam ajang International Youth Innovation Summit Chapter Kuala Lumpur oleh mahasiswa Prodi Kesehatan Masyarakat. Selain itu, mahasiswa dari Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini juga meraih Juara 2 dalam ajang Story Telling tingkat nasional, dan mahasiswa Hukum Keluarga Islam memperoleh medali perak dalam PON XXI Aceh-Sumut 2024 untuk cabang olahraga Hockey Outdoor Putra. Namun demikian, prestasi- prestasi ini sepenuhnya mampu membentuk citra yang konsisten bagi institusi, akan tetapi mahasiswa tentunya harus mampu mempertahankan prestasinya dengan konsisten, serta belum meratanya capaian di seluruh program studi. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi lembaga tidak hanya ditentukan oleh capaian individu, tetapi juga oleh sistem

pengelolaan informasi, distribusi prestasi, dan strategi branding kelembagaan juga yang harus tetap dipertahankan. Permasalahan inilah yang menjadi fokus dalam pembahasan artikel ini.

Dengan segala prestasi yang di raih UIN SU bahkan prestasi dari humas itu sendiri membuat humas UIN SU harus mampu mempertahankan dan meningkatkan eksistensi dalam memberikan informasi baik secara eksternal dan internal, sehingga mampu meningkatkan reputasi UIN SU sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi yang baik khususnya di Sumatera Utara.

Indikator keberhasilan humas UIN SU dalam meningkatkan reputasi lembaga UIN SU yang unggul ialah akreditasi A tingkat universitas, digitalisasi, dan internasionalisasi. Humas UIN SU sangat penting dalam membangun reputasi universitas dalam membentuk *image* positif UIN SU. Humas UIN SU sebagai penghubung universitas dengan publik maupun masyarakat melalui pendistribusian dukungan dan segala hal positif atas setiap aktifitas yang dilakukan UIN SU. Cara yang di lakukan humas UIN SU dalam mempertahankan reputasi ialah dengan memperlihatkan segala hal positif UIN SU baik itu dari sebuah tulisan, komunikasi, dan gambar bahwa UIN SU adalah kampus yang unggul dan mempertahankannya adalah tugas kita bersama.

Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk meneliti kegiatan yang dilakukan humas UIN SU dalam meningkatkan reputasi lembaga, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi mahasiswa UIN SU dan mampu bersaing dengan PTN lain serta memberi motivasi kepada humas universitas lainnya agar mampu meningkatkan kualitasnya dalam reputasi lembaga, melalui judul penelitian “Analisis Kegiatan Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga”.)

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati, serta gambar visual. Penelitian ini tujuannya adalah untuk menemukan dan menjelaskan efek dari tindakan yang diambil pada kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan. tanpa bergantung pada data numerik atau statistik (Safrudin et al. 2023).

Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) dalam upaya meningkatkan reputasi lembaga melalui pendekatan studi kasus dengan melakukan wawancara, observasi, dan analisis media sosial. Data yang dikumpulkan berupa pendapat, penjelasan, atau representatif yang diberikan oleh informan saat wawancara.

Penelitian dilakukan di kampus UIN SU, dimulai pada 2 maret 2025 sampai 25 maret 2025 yang memungkinkan pengumpulan data secara menyeluruh dan mendalam mengenai kegiatan-kegiatan humas di lingkungan tersebut. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan cara mencocokkan hasil wawancara antar informan guna meningkatkan validitas informasi. Teknik ini melibatkan perbandingan dan *cross-check* antara berbagai sumber data seperti wawancara mendalam, obserfasi dan dokumentasi untuk menghasilkan informasi yang lebih objektif dan reliabel.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik Miles and Huberman yaitu terdiri dari reduksi data dalam menganalisis agar data tersebut

sederhana dan mudah di pahami, kemudian dilanjutkan dengan penyajian data, lalu data tersebut ditarik suatu Kesimpulan. Teknik kualitatif dipakai dengan berpegang pada kriteria tertentu mengenai partisipan penelitian untuk mendapatkan data yang komprehensif. Penerapan strategi ini harus dengan sifat objektivitas untuk meminimalkan pengaruh subjektif peneliti terhadap interpretasi.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui teknik *snowball sampling*, yang berarti subjek penelitian dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian dan peran humas dalam membentuk reputasi lembaga. Data primer diperoleh dari wawancara langsung Wakil Rektor IV UIN SU, Ketua LP2M UIN SU, dan Kepala Hubungan Masyarakat UIN SU, yang memiliki pemahaman dan pengalaman terkait dengan kegiatan humas serta mampu untuk menawarkan data serta informasi relevan yang selaras dengan tujuan penelitian. Data sekunder meliputi informasi dari sumber eksternal seperti penelitian terdahulu, makalah akademis, buku, karya ilmiah, dan *platform online* yang relevan dengan tema penelitian ini.

### 3. Hasil

Setiap lembaga mengharapkan sebuah reputasi yang positif, akan tetapi keinginan ini tidak dapat dengan mudah dicapai, oleh karena itu humas harus bisa memberikan informasi yang dapat dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat sehingga disinilah letak peran dan fungsi humas sebagai pengelola hubungan dengan pihak eksternal maupun internal agar dapat memberikan pengaruh yang positif kepada lembaga (Yolanda 2021).

Reputasi merupakan hal yang penting untuk lembaga. Di era komunikasi yang cepat sekarang ini, reputasi merupakan faktor penentu dalam meningkatkan dan mempertahankan eksistensi suatu lembaga. Reputasi harus dikelola secara baik dan benar, dengan menciptakan komunikasi yang baik dan tepat. Reputasi tidak sama dengan citra, citra adalah pandangan publik terhadap suatu bentuk lembaga, sedangkan reputasi merupakan penilaian yang lebih spesifik dan mendalam (Effendy 2009). Proses membangun, mempertahankan, dan meningkatkan reputasi lebih lama dibandingkan membangun serta mempertahankan dan meningkatkan sebuah citra. Oleh karena itu, reputasi lebih mapan dan stabil dibandingkan citra dan merek (Trimana 2012).

Reputasi sebuah lembaga merupakan sebuah penilaian yang di berikan kepada sebuah lembaga yang didalamnya melekat faktor *trust* (kepercayaan) dari khalayak. Menurut Millewiz, Herbig, dan Golden, reputasi lembaga diartikan sebagai penghargaan yang didapat oleh lembaga karena terdapat kelebihan atau keunggulan yang ada pada lembaga tersebut, yaitu keterampilan yang dimiliki lembaga sehingga lembaga akan terus berkembang dan meningkatkan kualitasnya untuk terus mencapai hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat (Patrianti 2020).

Dasar reputasi dibentuk dari daya tarik, tanggung jawab sosial, kinerja keuangan emosional, produk dan layanan, visi dan kepemimpinan, serta lingkungan tempat kerja (Widat and Nisa' 2023). Faktor lain yang menjadi dasar reputasi ialah komunikasi dengan menciptakan citra positif dan hubungan baik, sikap profesional, kepercayaan publik, inovasi, dan tanggung jawab sosial dengan memberikan manfaat kepada masyarakat. Tingginya persaingan antar perguruan tinggi baik perguruan tinggi maupun swasta untuk menjadikan sebuah perguruan tinggi dituntut harus bisa mengelola reputasi lembaga agar memiliki daya saing dan pendekatan loyalitas mahasiswa, menurut Doorley Reputasi dibentuk dari tiga komponen penting yaitu kinerja, perilaku dan komunikasi (Patrianti 2020).

Hubungan masyarakat (humas) berperan penting dalam menciptakan reputasi

positif melalui pengenalan, memberi informasi, dan mempromosikan kegiatan baik kepada publik agar bisa membangun persepsi dan dapat mempengaruhi sehingga menciptakan reputasi yang baik sesuai tujuan lembaga. kunci utama humas yaitu berlangsungnya komunikasi timbal-balik. Humas harus bisa memahami pendapat umum. Jika terdapat hal yang negatif, harus melakukan tindakan yang tepat sehingga pendapat umum menjadi positif kembali.

Tujuan dari semua ini yaitu untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi dari sebuah lembaga, dalam hal ini humas juga harus bisa mencapai tujuan manajemen secara efektif dengan melakukan hubungan kedalam (internal public) yaitu orang yang ada di dalam lembaga tersebut, hubungan kedalam yang di maksud yaitu hubungan dengan para karyawan dan juga hubungan antara unit-unit yang ada di dalam lembagaitu sendiri, dan humas juga harus melakukan hubungan ke luar atau sering di sebut *eksternal publik relation* yaitu hubungan dengan pihak luar lembaga seperti masyarakat, pemerintah, pers dan lain-lain.

Dozier dan Broom, dalam pandangan Rosady Ruslan, mengidentifikasi empat peran Humas/Public Relations, di antaranya adalah penasehat ahli (Expert Prescriber). Peran ini menunjuk pada praktisi PR yang memiliki keahlian dan pengalaman mendalam sehingga mampu membantu mencari jalan keluar dalam menangani permasalahan hubungan dengan publik (Hairunnisa 2020).

Tugas Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) secara umum sudah sesuai dengan mestinya yaitu dengan peran setrategi dalam membangun dan meningkatkan reputasi lembaga melalui berbagai kegiatan yang di lakukan seperti publikasi, pemberitaan, kerja sama dengan pihak eksternal maupun internal dan melakukan kegiatan sosial, hal ini dilakukan untuk mendukung visi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yaitu “Menjadi Universitas Kelas Dunia yang Unggul dalam Mewujudkan Masyarakat Pembelajar dan Berkontribusi Terhadap Kemandirian Bangsa”.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa ada beberapa kegiatan yang di lakukan oleh humas sebagai berikut:

**Tabel 1 Strategi Kegiatan Humas UIN SU**

<b>Kegiatan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Tujuan</b>
Publikasi	Penyampaian informasi dalam bentuk berita atau gambar yang baik dan benar kepada masyarakat	Menyediakan informasi yang akurat kepada masyarakat
Manajemen hubungan media	Membangun hubungan kerjasama dengan jurnalis dan media-media	Untuk memperluas cakupan berita kepada masyarakat
Pemanfaatan media digital	Penggunaan platform digital untuk penyampaian informasi	Untuk meningkatkan fleksibilitas humas dalam menyampaikan informasi
Manajemen krisis	Penanganan isu krisis degan cepat menggunakan verifikasi informasi yang baik	Untuk mencegah dampak negatif terhadap reputasi lembaga

<i>Inform or image</i>	menyampaikan informasi untuk memberikan pengetahuan atau membentuk persepsi dan citra tertentu tentang sesuatu lembaga	Untuk memberikan informasi yang jelas dan membangun citra yang positif di mata masyarakat
Program Acara	Melakukan kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pengembangan	Untuk memberikan pemahaman baru kepada masyarakat dan juga meningkatkan keterampilan dan pengetahuan humas
Kolaborasi internal	koordinasi dengan unit-unit lain dalam lembaga	Memastikan konsistensi pesan dan sinergi dalam upaya komunikasi
Kerjasama External	Membangun kerjasama dengan pihak lembaga lainnya	Untuk mencapai tujuan yang lebih besar dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.
Sosial responsibility	tanggung jawab sosial terhadap lingkungan eksternal	Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan membangun hubungan yang kuat

---

Sumber: Diolah oleh penulis 2025

Berdasarkan hasil data penelitian di atas Kegiatan utama dari humas UIN SU yaitu melakukan publikasi atau menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik itu internal maupun external, tentang apa saja yang telah dicapai oleh UIN SU. Proses ini melibatkan penyajian informasi yang baik dan benar berdasarkan data yang terpercaya seperti prestasi- prestasi mahasiswa UIN SU, Menurut Grunig, humas berfungsi sebagai manajemen komunikasi dari sebuah lembaga. Fungsi humas dalam sebuah lembaga diperlukan untuk menjalin relasi dengan publik guna mendapatkan *good image* dari masyarakat, serta menjalin komunikasi yang baik antara khalayak untuk mendapatkan respon yang positif (Nadeak 2020). Menurut hasil observasi peneliti keberhasilan penyampaian informasi di lihat dari respon positif yang di berikan oleh masyarakat berdasarkan konsistensi penyajian informasi yang baik. Informasi yang baik dan mudah dipahami menjadi kunci dari meningkatnya reputasi sebuah lembaga.

Manajemen hubungan media menjadi hal penting dalam memastikan cangkupan informasi yang di berikan semakin luas melalui media-media yang ada. Kerjasama dengan jurnalis dan media luar dapat membantu humas UINSU dalam menyebarkan informasi. Berdasarkan hasil pengamatan humas UIN SU melakukan kerjasama dengan kurang lebih 23 media lokal maupun nasional seperti TribunNews, AntaraNews, dan lainnya untuk dapat menyebarkan informasi dengan luas, hal ini menunjukkan bahwa kerjasama dengan media luar dapat membantu humas UIN SU menyampaikan informasi secara efektif melalui media.

Era tuntutan keterbukaan informasi publik menjadi landasan bagi Humas UIN SU untuk meningkatkan pemanfaatan platform media digital guna meningkatkan jangkauan dan keefektifan komunikasi kehumasan. Penggunaan platform media-media sebagai penyampaian informasi seperti website, Iklan, radio, dan aplikasi mobile. Melalui media ini, Humas UIN SU dapat menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan partisipasi mereka secara signifikan. Penelitian menggarisbawahi urgensi interaksi yang hidup di platform daring, di mana audiens memiliki kesempatan untuk memberikan masukan secara langsung. Hal ini membantu humas UIN SU untuk tetap aktif terhadap kebutuhan dan ekspektasi publik.

Reputasi yang memerlukan hubungan yang kuat serta diperlukannya respon

positif dari masyarakat akan tetapi setiap hal yang positif tidak luput dari sesuatu yang tidak ideal walaupun dalam skala yang kecil sehingga disini Humas UIN SU untuk mengatasi hal tersebut menerapkan mekanisme verifikasi informasi, konsultasi dengan pimpinan universitas, serta penyampaian klarifikasi kepada publik secara transparan dan profesional. Apabila ada isu atau pemberitaan negatif terkait UIN SU pihak humas akan segera melakukan pengecekan informasi dengan cara mempelajari sumber informasi tersebut kaitannya dengan apa dan siapa. Setelah itu, pihak humas akan menyampaikan pemberitaan tersebut kepada pihak terkait untuk didiskusikan. Dalam diskusi ini, pihak humas akan menjelaskan isu yang terjadi dan mengklarifikasi isu tersebut apakah benar atau tidak kepada pihak terkait. Pada diskusi ini pihak humas juga memverifikasikan isu tersebut kepada pihak terkait untuk dapat di ambil penyelesaiannya yang nantinya akan di sampaikan kepada publik sebagai bentuk klarifikasi dari universitas. Penelitian ini selaras dengan teori Trust repair yang dikemukakan oleh Gillespie, N., & Dietz, G. (2009) menemukan bahwa komunikasi yang efektif dan transparansi selama krisis dapat mempertahankan, bahkan meningkatkan, kepercayaan publik terhadap lembaga.

Membangun reputasi yang baik memerlukan strategi *inform or image* yang efektif melalui humas untuk mengarahkan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan menyampaikan informasi yang akurat, transparan, dan konsisten tentang prestasi-prestasi yang dicapai oleh humas. Kegiatan humas UIN SU dalam hal ini meliputi penerbitan siaran pers secara berkala seperti kegiatan mahasiswa, penelitian dosen, prestasi-prestasi mahasiswa, dan lainnya. Kegiatan *inform or image* humas UIN SU juga dapat dilihat dalam pengelolaan website dan media sosial yang aktif, pengembangan identitas visual kampus yang modern, dan lainnya. Penelitian ini menemukan bahwa hal ini dapat membentuk reputasi yang baik dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas dari lembaga tersebut.

Program acara merupakan hal yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat serta menjadi ranah humas untuk menyampaikan informasi dengan lebih baik serta membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Acara yang dilaksanakan oleh Humas UIN SU diantaranya ialah kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pengembangan efektif dalam memberikan pemahaman baru kepada masyarakat dan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan humas. Kegiatan ini bekerja sama dengan pihak lain di mana humas UIN SU bertindak sebagai penyebar informasi yang mendukung jalannya program acara tersebut. Program acara ini tidak hanya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu penting, tetapi juga membekali humas dengan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola komunikasi dan membangun hubungan dengan masyarakat. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada peningkatan reputasi dan citra UIN SU di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa humas terus melakukan kolaborasi internal dengan unit-unit yang ada di lembaga seperti kegiatan KKN yang dilaksanakan oleh pihak LP2M. Kolaborasi ini membantu humas untuk terus melakukan kegiatan dan program lembaga secara lebih luas dan efektif. Dengan demikian, reputasi lembaga dapat meningkat dan citra positif dapat terbangun di mata masyarakat. Kolaborasi yang baik antara humas dan unit-unit lainnya juga memungkinkan pengembangan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi dan efektif.

Kolaborasi dengan pihak eksternal menjadi salah satu strategi humas UIN SU untuk meningkatkan reputasi dan kredibilitas lembaga. UIN SU menjalin kerjasama



dengan institusi perguruan tinggi lainnya, baik nasional maupun internasional, serta lembaga pemerintahan untuk memperkuat citra akademik dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas pendidikan dan penelitian. Kemitraan ini juga membuka peluang besar dalam pengembangan inovasi dan kemajuan penelitian melalui akses terhadap pendanaan dan fasilitas yang lebih memadai.

Humas UIN SU juga melakukan kolaborasi dengan unit LP2M untuk melakukan kegiatan Sosial responsibility melalui koordinasi dengan unit-unit pelaksana akademik, seperti Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M). LP2M mengelola tiga pusat yang fokus pada kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, yaitu Pusat Penelitian, Pusat Pengabdian Masyarakat, dan Pusat Studi Gender dan Anak. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan LP2M, seperti KKN dan sosialisasi terkait isu-isu masyarakat, bertujuan untuk meningkatkan reputasi UIN SU dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Dengan demikian, UIN SU dapat memperoleh reputasi yang baik dan meningkatkan kredibilitasnya di mata masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan humas pasti tidak luput dari namanya tantangan, terutama tantangan dari kurangnya sumber daya anggota dan Jarak kampus UIN SU yang berjauhan, hal ini membuat humas harus berkerja dengan lebih ekstra, dalam hal ini humas menyelesaikan masalah tersebut dengan menggunakan strategi pembagian tim serta menggunakan media komunikasi dengan lebih maksimal sehingga tantangan tersebut bisa diatasi dengan mudah, sehingga humas UIN SU berhasil mengatasi tantangan tersebut dengan efektif melalui strategi pembagian tim yang tepat dan penggunaan media komunikasi yang maksimal, sehingga kegiatan humas dapat berjalan lancar dan reputasi lembaga dapat terjaga dengan baik. Dengan demikian, kemampuan adaptasi dan inovasi humas dalam menghadapi tantangan menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan reputasi dan citra UIN SU di mata masyarakat (Putra Perssela, Mahendra, and Rahmadiani 2022).

Kegiatan yang diimplementasikan oleh humas UIN SU sudah tepat dalam konteks membangun reputasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) menggambarkan integrasi yang kuat antara teori komunikasi dan teori humas yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy. Dari perspektif teori ini, dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan humas untuk membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat memperlihatkan usaha humas untuk membentuk pemahaman dan kepercayaan antara lembaga dan audiensnya. Hal ini sesuai dengan teori Onong Uchjana Effendy menekankan reputasi tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari proses komunikasi yang berkelanjutan yang dilakukan oleh humas dalam kegiatan hubungan masyarakat kepada khalayak dalam (*internal public*) dan khalayak luar (*eksternal public*) sebagai sasaran kegiatannya.

Penggunaan teori reputasi Onong Uchjana Effendy dalam kegiatan humas UIN SU terlihat dalam upaya untuk membentuk reputasi lembaga melalui publikasi atau menyebarkan informasi, melakukan program acara (*event*) untuk dapat menjalin hubungan dan relasi dengan institusi lainnya, melakukan pemberitaan dengan memberikan informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebuah lembaga melalui *press release* yang diberikan *what, Where, Who, Why, When and How* (5W + 1H), melakukan kepedulian Terhadap Suatu Masyarakat (*Community Involment*), melakukan *Inform or image* mengumumkan informasi kepada masyarakat untuk melakukan pendekatan dan negosiasi, dan memberikan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) terhadap lingkungan eksternal seperti kegiatan sumbangan, pengobatan, dan beasiswa.

Langkah-langkah ini dilakukan humas UIN SU untuk mencapai tujuan reputasi yang baik humas harus melakukan komunikasi kepada khalayak dalam (*internal public*) dan khalayak luar (*eksternal public*) untuk membangun citra lembaga yang baik di mata publik. Lebih jauh lagi, penggunaan komunikasi yang efektif dalam aktivitas humas UIN SU mencerminkan adaptasi terhadap upaya yang diambil untuk mendukung reputasi dari sebuah lembaga, hal ini sesuai dengan konsep-konsep teori komunikasi yang di jelaskan oleh Onong Uchjana Effendy mengenai peran komunikasi humas dalam meningkatkan reputasi lembaga. Dengan memanfaatkan media sosial, situs web, aplikasi mobile dan kerjasama dengan pihak internal dan eksternal, humas UIN SU berhasil menggait masyarakat yang lebih luas dan meningkatkan hubungan dengan pihak luar, sesuai teori humas Onong Uchjana Effendy tentang pentingnya adaptasi kerjasama antara unit-unit didalam maupun di luar untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi lembaga.

Secara keseluruhan, integrasi teori komunikasi, Reputasi dan Humas yang di jelaskan oleh Onong Uchjana Effendy dalam strategi kegiatan humas UIN SU, Humas UIN SU dapat membangun reputasi yang lebih kuat, meningkatkan partisipasi publik, dan memastikan pesan yang disampaikan tepat sasaran serta akurat dengan berlandaskan pada teori-teori komunikasi, manajemen reputasi, dan hubungan masyarakat. Kerangka konseptual ini memberikan panduan yang kokoh dalam mengelola kegiatan, komunikasi, dan relasi lembaga dengan publiknya. Langkah strategis ini menjadi kunci bagi UIN SU untuk mengatasi hambatan dan meraih kemajuan di era digital.

#### 4. Kesimpulan

Humas UIN SU memainkan peran kunci dalam meningkatkan reputasi institusi melalui publikasi, program acara (*event*), pemberitaan, kepedulian terhadap suatu masyarakat (*Community Involment*), *Inform or image*, dan memberikan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) terhadap lingkungan eksternal. Meskipun menghadapi beberapa tantangan, tetapi dengan koordinasi antar unit-unit lain yang ada di dalam UIN SU, Humas UIN SU berhasil menjalankan tugasnya dengan baik, dilihat dari Indikator keberhasilan berupa peningkatan jumlah mahasiswa baru dan penghargaan serta perstasi yang di dapat menjadi bukti konkret atas efektivitas strategi yang diterapkan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas Humas, manajemen krisis, serta optimalisasi kerja sama dengan unit-unit internal, media dan instansi eksternal perlu terus dilakukan guna mempertahankan dan meningkatkan reputasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara di masa depan.

#### 4. Referensi

- Afkarina, Nur Izza. 2018. "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan." *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 2 (1): 50–63. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>.
- Anih, Euis. 2016. "Modernisasi Pembelajaran Di Perguruan Tinggi Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi." *Jurnal Pendidikan UNSIKA* 4 (2): 185–96. <http://journal.unsika.ac.id/index.php/judika>.
- Armayanti, Nelly. 2021. *Public Relation*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Budiarti, Erika Mei, Achmad Supriyanto, and Asep Sunandar. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan, Budaya Akademik, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada 3 (Tiga) Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Jombang)." *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan* 2:169–78.

- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi*. PT.Remaja Rosdakarya. 22nd ed. Bandung.
- Fahrudin, Zulfikri Agusta, and Harliantara Harley Prayudha. 2023. "Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Muhammadiyah Malang." *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 6 (2): 55–63. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jikom>.
- Hairunnisa. 2020. "The Analysis of Public Relation Activities at Mulawarman University In Improving Institutional Reputation." *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 24 (2). <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i2.141>.
- Juhji. 2020. *Manajemen Humas Sekolah*. Edited by Asep Saiful. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kurniawan, Ade, and Yose Rizal Saragih. 2024. "Analisis Eksistensi Humas CRN TV Sebagai Media Jurnalisme Di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)* 13 (2): 389–401. <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i2.3086>.
- Mallappiang, Nasiratunnisaa, Andi Agustang, and Andi Muhammad Idkhan. 2021. "Keberadaan Humas Dalam Menunjang Tridharma Perguruan Tinggi Universitas Indonesia Timur Makassar." *Journal Governance and Politics (JGP)* 1 (2): 134–48.
- Mesiono, Rahmiyatul Mawaddah, and Novia Elisa Harahap. 2021. "Media Komunikasi." *Journal Ability : : Journal of Education and Social Analysis* 2 (4): 0–9.
- Nadeak. 2020. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Patrianti, Tria. 2020. "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta." *KAIS: Kajian Ilmu Sosial* 1 (1): 44–55. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/kais/article/view/6289>.
- Putra Perssela, Rangga, Rajab Mahendra, and Winda Rahmadiani. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)* 2 (3). <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>.
- Putri, Yulia Damayanti, and Moch. Armien Syifaa Sutarjo. 2023. "Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas\_bandung." *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6 (5). <https://doi.org/10.54371/jhip.v6i5.1587>.
- Rini, Kurnia Setiyo, Sugeng Rusmiwari, and Herru Prasetya Widodo. 2017. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 6 (1): 34–37. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id).
- Safrudin, Rizal, Zulfamanna, Martin Kustati, and Nana Sepriyanti. 2023. "Penelitian Kualitatif." *Journal Of Social Science Research* 3 (2): 1–15.
- Siregar, Nurfitriani M. 2019. "Peran Humas Dalam Pembentukan Citra Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Di IAIN Padangsidimpuan." *Jurnal Hikmah* 13 (2): 209–10. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/viewFile/1886/1709>.
- Subhan, Viana Safrida Harahap, and Alhidayatullah. 2022. "Metode Komunikasi Inter Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Reputasi Perusahaan

- Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah.” *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi* 4 (1): 1–15. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i1.137>.
- Surbakti, Emia Pepayosa Br. 2019. “Peran Humas Dalam Rangka Membangun Citra Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” UIN Sumatera Utara.
- Thacia, Shallen Augustine Pieter, and Yugih Setyanto. 2023. “Strategi Membangun Citra Di Universitas Swasta Melalui Media Relations (Studi Pada Humas Universitas Tarumanagara).” *Prologia* 7 (2): 285–93. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21374>.
- Trimanah. 2012. “Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations.” *Jurnal Ilmiah Komunikasi* 3 (1): 92–102. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/117>.
- Widat, Faizatul, and Khoirun Nisa’. 2023. “Strategi Membangun Citra Positif Lembaga Untuk Menghadapi Era Society 5.0 Di Mi Nurul Rohmah Gending Probolinggo.” *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 9 (2): 988–98. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i2.4909>.
- Yolanda, Agnita. 2021. *Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Prusahaan*. Monograph.
- Zubaidah, Neneng. 2024. “2nd Leadership Talk Di Untar: Reputasi Jadi Kunci Keberhasilan Perguruan Tinggi.” Jakarta. <https://edukasi.sindonews.com/read/1404289/211/2nd-leadership-talk-di-untar-reputasi-jadi-kunci-keberhasilan-perguruan-tinggi-1719461169/10>.