

Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Di Universitas Sari Mutiara Indonesia

Nanda Maretta Marbun^{*1}, Lidia Grace Giawa², Manisari Loi³

^{*1,2,3}Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutiara Indonesia, Jalan Kapten Muslim No.79 Medan

Artikel Informasi

Received	:	18 November 2023
Revised	:	27 November 2023
Available	:	30 November 2023
Online	:	

Keyword

Communication Strategy, Public Relations, Positive Image

Korespondensi

Phone	:	
Email	:	nandamaretamarbun@gmail.com

A b s t r a c t

This research is motivated by the importance of a positive image in supporting the reputation and competitiveness of higher education institutions, particularly at Sari Mutiara Indonesia University. The study aims to determine the image held by Sari Mutiara Indonesia University, analyze the communication strategies used by the Public Relations in enhancing the university's positive image, as well as identify the obstacles and efforts that affect the formation of that image. This research employs a qualitative approach with a descriptive research type. Data collection techniques are carried out through observation, interviews, and documentation. Data analysis uses the Miles and Huberman model, which includes data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The validity of the data is tested through source and technique triangulation. The research results show that the Public Relations of Sari Mutiara Indonesia University utilizes various media channels, including social media, official websites, and mass media, to convey positive information related to academic activities, student achievements, and institutional collaborations. Public Relations also builds relationships with various parties through community approaches, discussion forums, and creative campus programs to bring the university closer to the public. Although the response from the public is generally good, challenges still exist, such as the lack of participation from some students and the general public. As a solution, Public Relations continues to engage in collaborative approaches, two-way communication, and collaborates with various stakeholders to strengthen the university's positive image.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan antar lembaga pendidikan tinggi yang semakin ketat, citra positif sebuah universitas menjadi aset yang sangat penting. Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik, menarik minat calon mahasiswa, memperkuat relasi dengan mitra kerja, serta memperkuat posisi universitas dalam dunia pendidikan. Oleh karena itu, peran Humas (Hubungan

Masyarakat) sebagai ujung tombak komunikasi institusi sangat vital dalam membentuk dan menjaga citra tersebut.

Universitas Sari Mutiara Indonesia sebagai salah satu perguruan tinggi swasta yang berkembang di Kota Medan, memiliki tantangan tersendiri dalam membangun dan mempertahankan citra positifnya di tengah dinamika masyarakat dan perkembangan teknologi informasi. Dalam menjalankan fungsinya, Humas universitas

dituntut untuk memiliki strategi komunikasi yang terarah, efektif, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat kampus maupun publik eksternal.

Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan anggapan sebagian masyarakat yang menganggap universitas belum optimal dalam memperkenalkan prestasi, program, maupun kontribusinya kepada masyarakat luas. Hal ini menandakan pentingnya evaluasi terhadap strategi komunikasi Humas yang telah dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Humas Universitas Sari Mutiara Indonesia dalam membangun citra positif, serta mengidentifikasi hambatan dan upaya yang dilakukan guna meningkatkan efektivitas komunikasi institusional.

Kajian Teori

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu melalui pemilihan pesan, media, dan audiens yang tepat. Menurut Cangara (2013), strategi komunikasi adalah kombinasi perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditentukan. Strategi ini mencakup bagaimana pesan dikemas, media apa yang digunakan, siapa target komunikasinya, serta bagaimana proses penyampaian dan penerimaan pesan berlangsung.

Strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks kelembagaan seperti perguruan tinggi, strategi komunikasi

sangat berperan dalam membangun reputasi, menjalin hubungan dengan stakeholder, serta menciptakan citra positif institusi.

Effendy (2003) mengemukakan bahwa dalam menerapkan strategi komunikasi, terdapat beberapa unsur yang perlu diperhatikan, yaitu:

- (1) komunikator (penyampai pesan),
- (2) pesan,
- (3) media komunikasi,
- (4) komunikan (penerima pesan), dan
- (5) efek atau dampak yang diinginkan dari komunikasi tersebut.

Dengan memperhatikan unsur-unsur tersebut, strategi komunikasi dapat dirancang secara tepat agar pesan yang disampaikan efektif dan diterima dengan baik oleh audiens

Selain itu, strategi komunikasi juga harus disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik khalayak sasaran. Hal ini penting agar proses komunikasi dapat

berjalan secara efisien dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konteks sosial, budaya, serta media yang digunakan menjadi bagian penting dari strategi komunikasi yang sukses.

Dalam konteks Humas institusi pendidikan, strategi komunikasi berfungsi untuk membangun hubungan yang harmonis antara universitas dengan masyarakat, mahasiswa, mitra kerja, dan media. Strategi ini dapat berupa kegiatan promosi, sosialisasi, publikasi, hingga penggunaan media sosial dan digital sebagai sarana komunikasi yang lebih luas dan efektif.

Humas

Humas atau Hubungan Masyarakat merupakan bagian penting dalam suatu organisasi atau lembaga yang berfungsi menjembatani komunikasi antara institusi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2000), Humas adalah fungsi manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.

Humas memiliki peran strategis dalam menciptakan dan mempertahankan citra serta reputasi organisasi. Dalam perspektif modern, Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola persepsi publik. Hal ini sesuai dengan pendapat Frank Jefkins (2003), yang menyatakan bahwa Humas adalah segala bentuk komunikasi yang direncanakan, baik ke dalam maupun ke luar, antara sebuah organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam lingkup institusi pendidikan seperti universitas, peran Humas sangat krusial untuk menjaga hubungan yang harmonis antara institusi dengan mahasiswa, orang tua, mitra kerja, media massa, dan masyarakat luas. Humas juga bertugas menyebarluaskan informasi yang positif mengenai aktivitas akademik, prestasi, layanan, hingga kegiatan sosial yang dilakukan oleh universitas, baik melalui media cetak, elektronik, maupun digital.

Tugas utama Humas meliputi:

- (1) merancang dan menyampaikan pesan yang membangun citra positif,
- (2) menjalin relasi dengan berbagai pihak,
- (3) mengelola krisis komunikasi jika terjadi isu negatif, serta

(4) melakukan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi.

Dalam pelaksanaannya, Humas perlu menguasai berbagai teknik komunikasi, memahami kondisi publik, serta memiliki kemampuan persuasi yang baik.

Keberhasilan Humas sangat ditentukan oleh kemampuan dalam membangun komunikasi dua arah yang efektif dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Oleh karena itu, fungsi Humas harus ditempatkan sebagai bagian integral dari strategi pengembangan institusi secara keseluruhan.

Citra Positif

Citra positif merupakan persepsi atau gambaran baik yang dimiliki publik terhadap suatu individu, organisasi, atau lembaga. Menurut Kasali (1995), citra adalah kesan yang muncul dari hasil interpretasi seseorang terhadap suatu objek, yang terbentuk melalui pengalaman, pengetahuan, serta informasi yang diterima dari berbagai sumber. Dalam konteks organisasi, citra mencerminkan bagaimana publik menilai kinerja, etika, dan nilai-nilai yang ditampilkan oleh organisasi tersebut.

Citra tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari proses komunikasi yang berlangsung terus-menerus antara organisasi dan publik. Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan partisipasi publik, sedangkan citra negatif berpotensi menurunkan reputasi dan menimbulkan krisis kepercayaan. Oleh karena itu, membentuk dan memelihara citra positif menjadi bagian penting dari strategi komunikasi organisasi, khususnya melalui peran Humas.

Menurut Fandy Tjiptono (2001), citra positif dibentuk melalui tiga elemen

utama, yaitu: (1) identitas visual (logo, warna, slogan), (2) tindakan nyata yang mencerminkan kualitas pelayanan atau kinerja, dan (3) komunikasi yang konsisten dan transparan kepada publik. Ketiga elemen ini harus berjalan beriringan agar publik membentuk persepsi yang sesuai dengan nilai-nilai yang ingin ditanamkan oleh organisasi.

Dalam konteks institusi pendidikan seperti universitas, citra positif sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan calon mahasiswa, orang tua, mitra kerja, dan masyarakat luas. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan reputasi akademik, tetapi juga mencakup nilai sosial, kontribusi lembaga terhadap masyarakat, serta bagaimana universitas merespon kebutuhan zaman.

Peran Humas dalam membentuk citra positif menjadi sangat sentral, karena Humas bertugas menyampaikan pesan, informasi, dan membangun relasi yang dapat membentuk opini publik yang menguntungkan. Upaya membangun citra ini dapat dilakukan melalui publikasi kegiatan, promosi prestasi, komunikasi krisis yang efektif, hingga pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi langsung dengan publik.

Dengan demikian, citra positif bukan hanya hasil dari komunikasi yang baik, tetapi juga refleksi dari komitmen, konsistensi, dan integritas lembaga dalam menjalankan fungsinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam strategi komunikasi Humas dalam meningkatkan citra positif Universitas Sari Mutiara Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin memahami fenomena

komunikasi secara natural melalui perspektif pihak-pihak yang terlibat secara langsung.

1. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan. Subjek penelitian adalah staf atau pejabat Humas universitas, serta beberapa informan pendukung seperti dosen, mahasiswa, dan pihak luar universitas yang relevan, yang dipilih secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki informasi dan pengalaman yang relevan dengan topik penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga teknik utama:

Observasi: Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan komunikasi Humas di lingkungan kampus, baik kegiatan internal maupun eksternal.

Wawancara: Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) kepada informan yang telah dipilih, guna menggali informasi mengenai strategi komunikasi, hambatan, dan upaya peningkatan citra.

Dokumentasi: Data juga diperoleh melalui dokumen tertulis, seperti brosur, press release, postingan media sosial, laporan kegiatan, serta dokumentasi visual lainnya yang digunakan oleh Humas universitas.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahap, yaitu:

Reduksi Data (data reduction): menyaring dan menyusun data penting yang relevan dengan fokus penelitian.

Penyajian Data (data display): menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan untuk mempermudah penarikan makna.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (conclusion drawing/verification): menarik makna, pola, dan hubungan antardata untuk merumuskan kesimpulan penelitian.

4. Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, Humas Universitas Sari Mutiara Indonesia telah menjalankan berbagai strategi komunikasi yang cukup efektif dalam membentuk dan meningkatkan citra positif universitas. Strategi utama yang digunakan adalah:

Pemanfaatan Media Sosial: Humas aktif menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai media promosi kampus. Konten yang dibagikan meliputi prestasi mahasiswa, kegiatan akademik, seminar, hingga kehidupan kampus yang menarik. Hal ini bertujuan untuk membangun kesan positif dan modern di mata publik, khususnya generasi muda.

Kegiatan Sosialisasi dan Publikasi: Humas secara rutin membuat publikasi kegiatan kampus melalui media cetak, siaran pers, dan website resmi. Kegiatan seperti seminar, pengabdian masyarakat, dan kolaborasi dengan institusi lain dipublikasikan secara terbuka sebagai bentuk transparansi dan upaya membangun kepercayaan publik.

Pendekatan Humanis dan Kekeluargaan: Strategi komunikasi Humas juga terlihat dalam pendekatan interpersonal kepada mahasiswa dan masyarakat. Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung yang mendengarkan dan merespons aspirasi dengan cepat dan ramah.

Branding Institusional: Universitas juga membangun citra melalui simbol visual seperti logo, tagline, dan desain kampus yang dipoles untuk menunjukkan kesan profesional dan berkualitas. Kegiatan akademik, prestasi dosen dan mahasiswa juga secara aktif ditampilkan sebagai bentuk pencitraan akademik.

2. Hambatan dalam Proses Komunikasi Humas

Meskipun strategi komunikasi yang dijalankan cukup terarah, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi Humas Universitas Sari Mutiara Indonesia, antara lain:

Kurangnya Partisipasi Mahasiswa dalam Konten Promosi: Tidak semua mahasiswa antusias untuk terlibat dalam kegiatan promosi kampus, seperti menjadi narasumber atau wajah dari kampus. Hal ini menyulitkan proses pencitraan dari sisi internal mahasiswa.

Terbatasnya Sumber Daya Manusia dan Anggaran: Keterbatasan personel Humas menyebabkan beberapa kegiatan komunikasi belum bisa dilakukan secara maksimal, terutama dalam hal produksi konten kreatif dan manajemen media sosial secara intensif.

Informasi Negatif di Media Sosial: Tantangan lain adalah adanya komentar atau opini negatif yang tersebar di media sosial. Humas harus sigap dalam menangani hal tersebut melalui klarifikasi

dan pendekatan personal agar tidak berdampak buruk terhadap citra institusi.

3. Upaya Mengatasi Hambatan dan Memperkuat Citra

Sebagai respon atas hambatan yang dihadapi, Humas melakukan beberapa upaya strategis, di antaranya:

Kolaborasi dengan Mahasiswa dan Dosen: Humas menggandeng mahasiswa kreatif untuk menjadi bagian dari tim media sosial atau konten kreator kampus. Dosen-dosen juga didorong untuk mempublikasikan kegiatan penelitian dan pengabdian melalui kanal resmi kampus.

Peningkatan Kualitas Komunikasi Internal: Rapat koordinasi antarunit kerja diintensifkan agar informasi strategis bisa mengalir dengan baik dan tidak terjadi miskomunikasi antarbagian.

Pelatihan dan Pengembangan SDM Humas: Untuk mengatasi keterbatasan kompetensi teknis, pihak universitas mendukung pelatihan komunikasi digital, kehumasan, dan penggunaan media sebagai bagian dari pengembangan profesional staf Humas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Humas Universitas Sari Mutiara Indonesia telah dilaksanakan dengan cukup baik dan terstruktur untuk membangun citra positif universitas di mata publik. Humas memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, terutama media sosial, publikasi kegiatan, pendekatan interpersonal, serta penguatan branding institusional untuk menciptakan kesan positif tentang universitas.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan seperti kurangnya partisipasi

mahasiswa, keterbatasan sumber daya manusia, dan tantangan dari informasi negatif di media sosial. Namun, Humas mampu mengatasi hal tersebut melalui pendekatan kolaboratif,

Upaya peningkatan kualitas komunikasi internal, dan pelatihan SDM yang berkelanjutan.

Dengan demikian, peran Humas sangat vital dalam membentuk persepsi dan kepercayaan publik terhadap Universitas Sari Mutiara Indonesia. Strategi komunikasi yang efektif dan adaptif menjadi kunci utama dalam memperkuat citra positif institusi pendidikan tinggi di tengah dinamika masyarakat dan perkembangan teknologi informasi saat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Effendy, O. U. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (dikutip dalam Herdiana). (2004). Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Erlangga.
- Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Luga, N., Gulo, N. H., & Harefa, S. B. (2023). Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Informasi Sebagai Pembangunan Nasional. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 218-226.
- Jefkins, F. (2003). Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (1995). Manajemen Public Relations. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Fitria, R. I., & Sianturi, S. (2023). Analisis Positioning Nike. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 244-252.
- Lumban Toruan, R. M. L. (2018). Terpaan Iklan Vivo V7+ dan Minat Membeli Produk (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V7+ Versi Agnez Mo "Clearer Selfie" Di Televisi Terhadap Minat Beli pada Kalangan Mahasiswa USU) (Doctoral dissertation).
- Lumban Toruan, R. M. L. (2021). Efektivitas Aplikasi Ruang Guru sebagai Medium Komunikasi dalam Kegiatan Bimbingan Belajar Daring di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Luga, N., Samosir, C., & Zega, H. (2023). Pola Komunikasi Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Proses Pembelajaran Mata Kuliah Hubungan Internal Dan Eksternal. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 5(1), 253-260.
- Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Ceramah Tentang Keterampilan Berbicara. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(1), 394-397.
- Lumbantoruan, R. M. L., & Napitupulu, E. E. (2023). Pengabdian Masyarakat Bertajuk Satu Langkah Kecil untuk Semangat Berbagi. *Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*
- Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, 3(2), 155-164.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Napitupulu, Evi Enitari (2020) Revitalisasi Ulos Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif Samosir Sumatera Utara. S2 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta
- Napitupulu, E. E., & Toruan, R. M. L. L. (2023). Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(2), 252-262.
- Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Simanjuntak, M. (2023). Pola Komunikasi Suami Istri Dalam Penyelesaian Masalah Di Awal Masa Pernikahan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(1), 47-55.
- Oliver, S. (2001). Strategic Communication Management: Making Public Relations Work. London: Kogan Page.
- Ruslan, R. (2002). Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Simamora, N., Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Bohalima, S., & Telaumbanua, D. M. (2023). Komunikasi Antar Pribadi Dalam Mempertahankan Kepuasan

Pelanggan. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 236-243.

Sitepu, Y. S., Februati Trimurni, & Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Pelatihan Pembuatan Konten Literasi Digital Berbasis Kearifan Lokal di Radio Komunitas Desa (RKD) di Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1100–1109. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.13103>

Sihombing, M., Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Laia, H. A. M., & Buulolo, E. (2023). Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 227-235.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R\&D. Bandung: Alfabeta.

Toruan, R. M. L. L., Napitupulu, E. E., Sibagariang, E. E., & Halawa, A. P. (2023). Sosialisasi Public Relations dan Manajemen Krisis. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(2), 163-167.