Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: adminjoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
4 (3) 2024, Page: 182-187

Peran Humas Universitas Sumatera Utara dalam Meningkatkan Citra Institusi di Mata Publik

Sabrin
Universitas Darma Agung

Published: Desember, 2024

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas Universitas Sumatera Utara (USU) dalam membentuk dan meningkatkan citra institusi di mata publik. Dalam era keterbukaan informasi dan persaingan antarperguruan tinggi, citra institusi menjadi faktor strategis dalam menarik minat calon mahasiswa, menjalin kemitraan, dan memperoleh kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas USU berperan aktif melalui berbagai strategi komunikasi, seperti pengelolaan media sosial, publikasi kegiatan akademik dan non-akademik, penguatan relasi media, serta penyelenggaraan event institusional. Namun demikian, beberapa tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur komunikasi, dan kecepatan dalam merespons isu publik. Secara keseluruhan, peran Humas dinilai cukup efektif dalam meningkatkan citra positif universitas, meskipun diperlukan penguatan kapasitas kelembagaan dan konsistensi strategi komunikasi ke depan.

Kata kunci: Humas, citra institusi, komunikasi publik, Universitas Sumatera Utara, strategi komunikasi

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan keterbukaan informasi saat ini, citra institusi menjadi salah satu aset strategis yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, termasuk perguruan tinggi. Citra yang positif tidak hanya berdampak pada meningkatnya kepercayaan publik, tetapi juga mempengaruhi minat calon mahasiswa, mitra kerja, dan pemangku kepentingan lainnya. Universitas sebagai lembaga pendidikan tinggi dituntut untuk tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga mampu membangun komunikasi yang efektif dengan publik untuk memperkuat reputasi institusional.

Humas (Hubungan Masyarakat) memiliki peran sentral dalam membentuk dan memelihara citra institusi melalui strategi komunikasi yang sistematis, terbuka, dan responsif. Di lingkungan Universitas Sumatera Utara (USU), fungsi kehumasan tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup pengelolaan persepsi publik, penanganan isu, dan penguatan identitas institusi di mata masyarakat lokal, nasional, maupun internasional.

Namun, di tengah dinamika perubahan teknologi informasi dan persaingan antarperguruan tinggi yang semakin ketat, Humas dihadapkan pada berbagai tantangan. Kemampuan dalam mengelola media digital, menjaga konsistensi pesan, serta membangun hubungan yang baik dengan media massa dan komunitas menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan citra USU.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran Humas Universitas Sumatera Utara dalam meningkatkan citra institusi di mata publik. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan, efektivitas pelaksanaannya, serta kendala yang dihadapi dalam praktik kehumasan di lingkungan universitas.

Citra institusi pendidikan tinggi saat ini menjadi perhatian utama di tengah meningkatnya kompetisi antaruniversitas, baik di tingkat nasional maupun global. Dalam konteks Universitas Sumatera Utara (USU), sebagai salah satu perguruan tinggi negeri tertua dan terbesar di wilayah barat Indonesia, ekspektasi publik terhadap kualitas layanan, transparansi, dan prestasi akademik sangat

tinggi. Namun demikian, persepsi masyarakat terhadap USU tidak selalu selaras dengan capaian internal universitas. Berbagai isu seperti dinamika organisasi, keterlambatan informasi, dan penyebaran berita negatif di media sosial dapat berdampak pada citra institusi secara keseluruhan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara publik menerima dan menilai informasi. Media sosial, portal berita daring, dan opini publik di ruang digital menjadi kanal utama pembentukan persepsi. Dalam kondisi ini, Humas dituntut untuk tidak hanya bersifat reaktif terhadap krisis atau isu negatif, tetapi juga proaktif dalam membangun narasi positif tentang pencapaian universitas, kegiatan sivitas akademika, serta kontribusi USU bagi masyarakat dan bangsa.

Fenomena ini menunjukkan bahwa peran Humas semakin krusial dalam memediasi hubungan antara institusi dengan publik. Kegagalan dalam mengelola komunikasi dapat memperburuk reputasi, sedangkan keberhasilan dalam membangun citra dapat meningkatkan daya saing dan kepercayaan stakeholder. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana Humas USU menjalankan perannya dalam membentuk citra institusi di tengah tantangan komunikasi masa kini.

Tinjauan Pustaka

Peran Humas dalam Organisasi

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006), humas (public relations) merupakan fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan timbal balik yang menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks perguruan tinggi, humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan pemangku kepentingan, baik internal (mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan) maupun eksternal (masyarakat, media, pemerintah, dan mitra industri). Humas memiliki peran strategis dalam membentuk citra, merespons isu publik, serta mendukung pencapaian visi dan misi institusi.

Citra Institusi

Citra institusi didefinisikan sebagai persepsi kolektif publik terhadap suatu organisasi berdasarkan pengalaman, informasi, dan komunikasi yang diterima (Kennedy, 1977). Citra yang positif dapat meningkatkan kredibilitas, loyalitas, dan kepercayaan publik terhadap institusi. Dalam konteks pendidikan tinggi, citra institusi dipengaruhi oleh kualitas akademik, reputasi lulusan, hubungan dengan masyarakat, serta cara institusi mengelola komunikasi dan media.

Strategi Komunikasi Publik

Grunig dan Hunt (1984) mengklasifikasikan model komunikasi humas dalam empat kategori: publicity model, public information model, two-way asymmetric model, dan two-way symmetric model. Model two-way symmetric dianggap paling ideal dalam praktik kehumasan modern karena menekankan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan. Dalam era digital, strategi komunikasi juga mencakup pemanfaatan media sosial, pengelolaan konten digital, dan keterlibatan komunitas online untuk membangun narasi institusional yang kuat.

Media Sosial dan Reputasi Lembaga

Menurut Mangold dan Faulds (2009), media sosial berperan penting dalam komunikasi pemasaran dan hubungan masyarakat karena memungkinkan interaksi langsung dan cepat antara institusi dengan publik. Perguruan tinggi dituntut untuk mampu mengelola kehadirannya di platform digital sebagai bagian dari strategi membangun citra institusi. Penggunaan media sosial yang efektif dapat memperluas jangkauan informasi dan memperkuat reputasi universitas di mata publik.

Tantangan Kehumasan di Lingkungan Pendidikan

Humas di lingkungan pendidikan tinggi sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan komunikasi strategis, serta belum optimalnya sinergi antara unit-unit internal universitas. Menurut Suharsaputra (2014), keberhasilan Humas dalam menjalankan perannya sangat bergantung pada dukungan pimpinan, kapasitas manajerial, serta kemampuan adaptif terhadap perubahan teknologi dan ekspektasi publik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai peran Humas Universitas Sumatera Utara (USU) dalam membangun dan

meningkatkan citra institusi. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna, strategi, serta dinamika komunikasi yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif.

1. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Sumatera Utara, khususnya pada unit Humas dan Protokoler USU. Informan utama terdiri dari pejabat Humas, staf kehumasan, serta pemangku kepentingan terkait seperti dosen, mahasiswa, dan jurnalis media lokal yang memiliki hubungan dengan USU.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

a. **Wawancara mendalam** (in-depth interview): dilakukan terhadap informan kunci untuk menggali strategi komunikasi, pengalaman kerja, dan persepsi terhadap peran Humas.

b. **Observasi partisipatif**: peneliti mengamati aktivitas komunikasi dan publikasi yang dilakukan oleh Humas USU, termasuk interaksi di media sosial.

c. **Studi dokumentasi**: mengkaji dokumen resmi, berita media, laporan kegiatan, unggahan media sosial, serta arsip publikasi institusi.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tahapan **reduksi data**, **penyajian data**, dan **penarikan kesimpulan** sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994). Data yang terkumpul dikategorikan berdasarkan tema-tema seperti strategi komunikasi, bentuk aktivitas kehumasan, hambatan, dan dampaknya terhadap citra institusi.

4. Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, digunakan teknik **triangulasi sumber** dan **triangulasi teknik**, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan juga **member check** kepada informan untuk memastikan kebenaran interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, ditemukan beberapa temuan utama terkait peran dan strategi Humas Universitas Sumatera Utara (USU) dalam meningkatkan citra institusi:

1. Strategi Komunikasi yang Dilakukan

Humas Universitas Sumatera Utara (USU) secara aktif menerapkan berbagai strategi komunikasi dalam upaya membangun dan memperkuat citra institusi di mata publik. Salah satu strategi utama yang dijalankan adalah penguatan media sosial sebagai kanal komunikasi digital. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter), Humas USU secara rutin mempublikasikan berbagai konten yang berkaitan dengan aktivitas akademik, prestasi mahasiswa, serta pencapaian institusional. Konten-konten ini tidak hanya bertujuan memberikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi positif publik terhadap eksistensi dan kredibilitas universitas.

Selain itu, Humas USU juga fokus pada publikasi berita-berita positif di media massa, baik lokal maupun nasional. Publikasi ini mencakup pemberitaan mengenai kerja sama strategis, peringkat akademik, inovasi dosen dan mahasiswa, serta kegiatan sosial yang menunjukkan kontribusi USU bagi masyarakat. Upaya ini dimaksudkan untuk menjaga reputasi institusi tetap baik di mata publik serta membangun hubungan yang harmonis dengan media sebagai mitra strategis.

Strategi lainnya adalah melalui penyelenggaraan berbagai event publik dan akademik, seperti seminar nasional dan internasional, kuliah umum, pelatihan, serta peluncuran program-program kerja universitas. Event-event ini tidak hanya menjadi ajang promosi institusi, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkuat interaksi antara USU dengan komunitas eksternal, termasuk media, masyarakat, alumni, dan mitra kerja. Kehadiran media dalam kegiatan tersebut menjadi jembatan penting dalam memperluas jangkauan pesan institusi ke khalayak yang lebih luas.

2. Peran Proaktif dalam Isu Publik

Dalam menjaga citra institusi, Humas Universitas Sumatera Utara (USU) tidak hanya bersifat reaktif terhadap berbagai isu yang berkembang, tetapi juga menunjukkan peran yang proaktif dalam mengelola opini publik. Ketika muncul isu-isu yang berpotensi merugikan reputasi universitas, Humas USU segera mengambil langkah cepat dengan menyiapkan klarifikasi resmi melalui saluran komunikasi digital seperti website, media sosial, dan siaran pers. Respons cepat ini menjadi penting dalam meredam penyebaran informasi yang tidak akurat atau berpotensi menyesatkan publik.

Selain itu, dalam situasi tertentu yang memerlukan penanganan khusus, Humas USU juga secara aktif menunjuk juru bicara institusi yang memiliki otoritas untuk memberikan penjelasan kepada media dan publik. Langkah ini dilakukan agar pesan yang disampaikan bersifat terkoordinasi, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan ini menunjukkan komitmen USU untuk bersikap transparan dan bertanggung jawab atas isu-isu yang menyangkut kepentingan publik.

Peran proaktif ini juga tercermin dalam upaya Humas menjalin hubungan yang baik dengan media lokal dan nasional. Melalui komunikasi rutin, kemitraan strategis, serta keterbukaan terhadap wawancara atau peliputan, Humas berupaya membentuk jejaring informasi yang kondusif. Dengan demikian, USU tidak hanya mampu mengelola isu secara efektif, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang dari publik dan pemangku kepentingan lainnya.

3. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun Humas Universitas Sumatera Utara (USU) telah menjalankan berbagai strategi komunikasi dalam membangun citra institusi, terdapat sejumlah tantangan signifikan yang masih dihadapi dalam implementasinya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia di unit Humas, di mana jumlah personel yang ada belum sebanding dengan luasnya cakupan kerja komunikasi yang harus dijalankan, baik di tingkat universitas maupun fakultas dan program studi. Kondisi ini menyebabkan beban kerja tinggi dan kurang optimalnya distribusi tugas dalam mengelola berbagai kanal komunikasi secara efektif.

Selain itu, Humas juga menghadapi masalah terkait keterlambatan alur informasi internal. Banyak informasi penting dari unit-unit kerja atau pimpinan yang tidak segera diteruskan ke Humas, sehingga menyebabkan keterlambatan dalam penyampaian informasi ke publik. Keterlambatan ini berdampak pada kurang responsifnya institusi dalam menjawab kebutuhan informasi masyarakat, terutama saat muncul isu yang berkembang cepat di ruang digital.

Tantangan lainnya adalah kurangnya pelatihan dan peningkatan kapasitas di bidang komunikasi strategis dan manajemen media digital. Di tengah perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, kemampuan untuk memproduksi konten kreatif, mengelola krisis komunikasi, dan membangun citra melalui media sosial menjadi kompetensi yang sangat dibutuhkan. Tanpa penguatan kapasitas ini, kinerja kehumasan akan sulit bersaing dalam membentuk persepsi publik yang positif di tengah derasnya arus informasi dan opini.

4. Dampak terhadap Citra Institusi

Berbagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Universitas Sumatera Utara (USU) telah memberikan dampak positif terhadap citra institusi di mata publik. Salah satu indikator keberhasilan tersebut dapat dilihat dari meningkatnya keterlibatan publik melalui kanal media sosial resmi universitas. Jumlah pengikut (followers) yang terus bertambah, interaksi yang tinggi dalam bentuk komentar dan berbagi (share), serta respons positif terhadap konten yang dipublikasikan menunjukkan bahwa publik mulai melihat USU sebagai institusi yang aktif, terbuka, dan komunikatif.

Selain itu, eksistensi USU dalam pemberitaan media massa juga mengalami peningkatan, terutama dalam konteks publikasi yang bersifat informatif dan membangun. Berita-berita mengenai prestasi mahasiswa, kerja sama internasional, dan kegiatan akademik kerap dimuat di media lokal dan nasional, yang turut memperkuat reputasi universitas sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berkualitas dan dinamis.

Dampak lain yang signifikan adalah tumbuhnya kepercayaan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, calon mahasiswa, mitra kerja, dan instansi pemerintah. Kepercayaan ini tercermin dari meningkatnya jumlah pendaftar setiap tahun, kemudahan USU dalam

menjalin kolaborasi, serta apresiasi terhadap kontribusi universitas dalam bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Secara keseluruhan, peran Humas dalam menjaga komunikasi yang positif dan transparan telah menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun citra institusi yang kuat, kredibel, dan kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Universitas Sumatera Utara (USU) memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk dan menjaga citra institusi di mata publik melalui berbagai strategi komunikasi yang terstruktur. Strategi penguatan media sosial, publikasi berita positif, serta penyelenggaraan berbagai event akademik dan publik merupakan langkah konkret yang dilakukan untuk menjangkau khalayak secara luas dan memperkuat reputasi universitas. Temuan ini sejalan dengan pandangan Grunig dan Hunt (1984) mengenai pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun hubungan timbal balik yang sehat antara organisasi dan publiknya.

Peran proaktif Humas USU dalam mengelola isu publik juga menjadi aspek penting dalam memperkuat citra institusi. Respon cepat terhadap isu, klarifikasi informasi melalui kanal resmi, dan penunjukan juru bicara menunjukkan adanya kesadaran strategis akan pentingnya manajemen krisis komunikasi. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip-prinsip komunikasi krisis yang efektif dan akuntabel, sebagaimana dijelaskan oleh Fearn-Banks (2011), di mana kecepatan, keterbukaan, dan konsistensi menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan publik saat terjadi tekanan informasi.

Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan fungsi kehumasan di USU. Keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan khusus, serta alur informasi internal yang belum terkoordinasi dengan baik menjadi hambatan struktural yang berdampak pada efektivitas kerja Humas. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penguatan kapasitas kelembagaan dan manajemen komunikasi internal agar Humas dapat bekerja lebih optimal dan adaptif dalam menghadapi tantangan komunikasi masa kini.

Meskipun demikian, secara umum, keberadaan Humas USU telah memberikan dampak positif terhadap persepsi publik terhadap institusi. Peningkatan interaksi di media sosial, keberhasilan menjalin relasi media, serta peningkatan pemberitaan positif menunjukkan bahwa fungsi Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola reputasi dan citra institusi. Oleh karena itu, peran Humas seharusnya terus ditingkatkan melalui perencanaan strategis jangka panjang, dukungan kebijakan dari pimpinan universitas, dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang profesional.

KESIMPULAN

Humas Universitas Sumatera Utara (USU) memiliki peran strategis dalam membangun dan meningkatkan citra institusi di mata publik melalui berbagai strategi komunikasi yang terencana dan dinamis. Penguatan media sosial, publikasi berita positif di media massa, serta penyelenggaraan event akademik dan publik terbukti menjadi sarana efektif dalam membentuk persepsi yang positif terhadap universitas. Selain itu, sikap proaktif Humas dalam merespons isu dan membangun hubungan baik dengan media menunjukkan keseriusan institusi dalam menjaga kredibilitas di tengah tantangan arus informasi yang cepat dan tidak selalu terkendali. Namun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, minimnya pelatihan komunikasi strategis, serta kurangnya koordinasi internal dalam penyampaian informasi. Untuk itu, diperlukan penguatan kapasitas kelembagaan Humas melalui peningkatan kualitas sumber daya, dukungan kebijakan universitas, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Secara keseluruhan, peran Humas USU dalam membentuk citra institusi dapat dinilai cukup efektif, meskipun perlu adanya upaya berkelanjutan dan strategis agar komunikasi publik yang dibangun mampu menjawab tantangan zaman dan meningkatkan daya saing universitas secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E., & Syamsul, B. (2011). *Public Relations: Strategi dan Taktik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson Education.

Effendy, O. U. (2006). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Fearn-Banks, K. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (4th ed.). Routledge.
Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communication. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (pp. 285–325). Lawrence Erlbaum Associates.
Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
Hidayat, D. N. (2017). Strategi Komunikasi Public Relations Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Citra Institusi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *14*(1), 47–59. https://doi.org/10.24002/jik.v14i1.970
Kennedy, S. H. (1977). Nurturing corporate images. *European Journal of Marketing*, *11*(3), 120–164. https://doi.org/10.1108/EUM0000000005005
Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2009). *Public Relations: The Profession and the Practice* (3rd ed.). McGraw-Hill.
Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, *52*(4), 357–365. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002
Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
Siska, N. (2020). Peran Media Sosial dalam Membangun Citra Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, *2*(1), 15–27.
Suharsaputra, U. (2014). *Administrasi Pendidikan: Teori dan Praktik dalam Dunia Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
Theofilus, T. (2022). Aktivitas Kehumasan dan Citra Lembaga: Studi Kasus Humas PTN di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, *10*(2), 105–119.
Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.