

STRATEGI HUMAS PERGURUAN TINGGI SWASTA DI JAKARTA SELATAN DALAM MENINGKATKAN LAYANAN MAHASISWA

Saniyati Raudatul Zanah

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA Prodi Ilmu Komunikasi

saniyatiraudatulz@gmail.com

ABSTRAK. Kepuasan mahasiswa terhadap layanan pembelajaran merupakan sebuah tujuan yang ingin dicapai dalam layanan prima sebuah organisasi jasa. Dalam lembaga pendidikan, proses penyelenggaraan kegiatan akademik merupakan garda terdepan dari sebuah lembaga pendidikan, namun dalam mencapai kegiatan akademik yang bermutu tidak terlepas dari masalah-masalah terkait penyelenggaraan pendidikan. Kompetensi dan sasaran mutu terkait strategi pemasaran jasa pendidikan, baik internal maupun eksternal. Agar fungsi dan peran Humas di perguruan tinggi menjadi efektif, disarankan untuk melakukan langkah pengembangan yang sistematis dan terpadu. Langkah ini disebut dengan ROPE, atau Research, the setting of Objection, Programming and Evaluation, baik dalam model dan cara penanganannya maupun program yang dikembangkan. Kebutuhan komunikasi organisasi, baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal diidentifikasi melalui suatu kajian (riset). Setelah melakukan analisis, langkah berikutnya adalah menyusun rencana strategis Humas yang meliputi visi, misi, tujuan dan sasaran Humas, kemudian dijabarkan dalam program kerja Humas. Penelitian ini membahas Strategi Humas Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Selatan Dalam Meningkatkan Layanan Mahasiswa dalam tentu meningkatkan layanan yang mana hal ini juga merupakan salah satu strategi komunikasi untuk perguruan tinggi tersebut agar dapat menarik masyarakat untuk meneruskan pendidikan anaknya di UHAMKA sebab jika kita mampu meningkatkan dalam pelayanan ke mahasiswa secara tidak langsung mahasiswa tersebut akan mengajak serta mengkomunikasikan ke kerabatnya untuk dihamka. Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini pendekatan Analisis Isi Kualitatif, Semua itu dilakukan untuk menarik simpati, memenuhi target, dan meningkatkan jumlah mahasiswa yang akan diperoleh tiap tahunnya. Mengingat banyak hal yang dapat dilakukan untuk mencapai target dan tujuan, diperlukan berbagai strategi dan kerjasama yang baik dari pihak,

Kata kunci: layanan mahasiswa, humas, perguruan tinggi

ABSTRACT. Student satisfaction with learning services is a goal to be achieved in the excellent service of a service organization. In educational institutions, the process of organizing academic activities is at the forefront of an educational institution, but achieving quality academic activities cannot be separated from problems related to the implementation of education. Competencies and quality targets related to marketing strategies for educational services, both internal and external. In order for the function and role of Public Relations in higher education to be effective, it is recommended to carry out systematic and integrated development steps. This step is called ROPE, or Research, the setting of Object, Programming and Evaluation, both in the model and how it is handled and the program being developed. Organizational communication needs, both internal communication and external communication, are identified through a study (research). After carrying out the analysis, the next step is to prepare a PR strategic plan which includes the PR vision, mission, goals and objectives, then describe it in the PR work program. This research discusses the Public Relations Strategy of Private Universities in South Jakarta in Improving Student Services, of course improving services, which is also one of the communication strategies for higher education so that it can attract people to continue their children's education at UHAMKA because if we are able to improve services to students indirectly, the students will invite and communicate to their relatives to be punished. The research used in this research is a Qualitative Content Analysis approach. All of this is done to attract sympathy, meet targets, and increase the number of students that will be recruited each year. Considering that there are many things that can be done to achieve targets and goals, various strategies and good cooperation are needed from all parties

Keywords: student services, public relations, higher education

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir ini, telah terjadi banyak perkembangan dalam teknologi dan informasi. Perkembangan ini tidak dapat dihindari dalam berbagai aspek kehidupan,

termasuk di perguruan tinggi dalam pelayanan yang mana sangat banyak ada seribu lebih yang terdaftar di perguruan tinggi tersebut serta bukan hanya mempertahankan saja namun juga mengatur strategi bagaimana semuanya maksimal serta mempunyai branding yang baik

dipublik yang kita tahu branding itu hanya di perusahaan (Utomo, 2019) Namun branding tidak hanya berlaku bagi perusahaan atau produk tapi juga bagi lembaga pendidikan. Bagi lembaga pendidikan, branding bisa juga berfungsi sebagai kekuatan dan pembeda.

Sebuah Strategi Branding diperlukan agar bisa memperkuat identitas dirinya dalam berkompetisi dengan kampus-kampus lain. Seperti sebuah perusahaan yang memproduksi barang, Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan juga harus melakukan usaha dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat dalam dunia pendidikan. Setiap perguruan tinggi seharusnya mampu membaca dalam melihat kesempatan yang ada di tengah-tengah publik. Masyarakat cenderung memilih perguruan tinggi yang tidak hanya sudah terakreditasi baik, namun juga memiliki citra (brand image) yang baik. Citra (brand image) yang sempurna baik yang melekat pada sebuah produk maupun lembaga pendidikan dalam waktu yang panjang dapat memberikan dampak yang baik bagi Perguruan Tinggi. Oleh sebab itu, sangat penting bagi pengelola perguruan tinggi untuk membuat strategi serta meningkatkan citra yang sudah terbentuk dengan selalu mengevaluasi kinerja Perguruan Tinggi tersebut. serta dengan berdasarkan adanya branding dan citra yang bagus didalam nya sangat lah berkontribusi sekali dengan adanya layanan yang efektif juga merupakan salah satu strategi agar mempunyai branding dan citra yang baik dipublik serta dalam pelayanan yang efektif dan berkelanjutan kepada mahasiswa merupakan kunci untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan memenuhi kebutuhan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dan menganalisis strategi Humas UHAMKA dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Strategi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi, pengelolaan informasi, hingga upaya membangun hubungan yang positif antara universitas dan mahasiswa (Chandra & Andrew, 2019).

Dalam konteks perubahan dinamis dalam pendidikan dan perkembangan teknologi komunikasi, pemahaman mendalam mengenai strategi Humas UHAMKA dalam pelayanan kepada

mahasiswa menjadi semakin penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dan rekomendasi yang konstruktif untuk meningkatkan efektivitas pelayanan kepada mahasiswa, serta memperkuat hubungan UHAMKA dengan mahasiswa sebagai mitra utama dalam pencapaian tujuan pendidikan tinggi yang berkualitas (Permadi & Habibullah, 2022) pendidikan memegang peranan vital dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Namun, minat dan perhatian pada aspek kualitas jasa pendidikan bisa dikatakan baru berkembang dalam satu dekade terakhir.

Keberhasilan jasa pendidikan ditentukan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan tersebut, Peningkatan kualitas pendidikan tinggi merupakan suatu keniscayaan yang harus dijalankan oleh penyelenggara pendidikan tinggi, baik pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Kualitas pendidikan yang dicapai selama ini terasa kurang memberikan bekal kepada lulusan perguruan tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari lemahnya daya saing lulusan perguruan tinggi Indonesia di kancah Internasional. Mahasiswa sebagai stakeholder utama perguruan tinggi sudah semestinya dapat memperoleh apa yang diinginkan. Agar mahasiswa memperoleh apa yang diharapkan, pihak perguruan tinggi harus dapat mensinergikan antara harapan mahasiswa dengan visi, misi dan tujuan organisasi. Sinergisitas harapan mahasiswa dan kepentingan perguruan tinggi akan tercapai apabila layanan akademik yang dilakukan mengedepankan aspek kualitas, fasilitas yang memadai, dan manajemen yang profesional Perguruan tinggi sesuai dengan visi dan misinya merupakan institusi penggarap dan penghasil SDM unggul sebagai jembatan di dalam menghasilkan produk berkualitas untuk mampu berkompetisi di pasar global. Di mana mahasiswa merupakan elemen vital dan sentral dalam suatu pendidikan memegang peranan vital dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Namun, minat dan perhatian pada aspek kualitas jasa pendidikan bisa dikatakan baru berkembang dalam satu dekade terakhir. Keberhasilan jasa pendidikan ditentukan dalam memberikan pelayanan yang

berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan tersebut, Peningkatan kualitas pendidikan tinggi merupakan suatu keniscayaan yang harus dijalankan oleh penyelenggara pendidikan tinggi, baik pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat.

Kualitas pendidikan yang dicapai selama ini terasa kurang memberikan bekal kepada lulusan perguruan tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari lemahnya daya saing lulusan perguruan tinggi Indonesia di kancah Internasional. Mahasiswa sebagai stakeholder utama perguruan tinggi sudah semestinya dapat memperoleh apa yang diinginkan. Agar mahasiswa memperoleh apa yang diharapkan, pihak perguruan tinggi harus dapat mensinergikan antara harapan mahasiswa dengan visi, misi dan tujuan organisasi. Sinergisitas harapan mahasiswa dan kepentingan perguruan tinggi akan tercapai apabila layanan akademik yang dilakukan mengedepankan aspek kualitas, fasilitas yang memadai, dan manajemen yang profesional Perguruan tinggi sesuai dengan visi dan misinya merupakan institusi penggarap dan penghasil SDM unggul sebagai jembatan di dalam menghasilkan produk berkualitas untuk mampu berkompetisi di pasar global. Di mana mahasiswa merupakan elemen vital dan sentral dalam suatu. Menurut Tubb dan moss (2006:04) terdapat lima faktor instrumen komunikasi berjalan dengan efektif yaitu:

1. Pemahaman terhadap pesan oleh penerima
2. Memberikan kesenangan kepada pihak pihak yang berkomunikasi
3. Memengaruhi sikap orang lain
4. Memperbaiki hubungan
5. Memberikan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan dalam bentuk tindakan dari penerimaan pesan.

Pelayanan juga dibedakan dengan pelaksanaannya adapun faktor yang mempengaruhinya

- a. kebijakan publik yang akan mempengaruhi lembaga pelayanan publik dari segi sumber keuangan, teknologi dan sumber daya organisasi lainnya untuk sebuah lembaga pelayanan publik
- b. karakteristik dan lingkungan masyarakat itu sendiri karakteristik yang dimaksud berkaitan dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, besaran masyarakat heterogenitas, konfigurasi serta nilai nilai dan norma norma.

c. faktor lingkungan seperti sistem politik pers yang bebas atau tingkat kesulitan dalam mengakses lembaga layanan publik juga merupakan faktor faktor yang akan mempengaruhi pelayanan publik

d. kontrol pemerintah terhadap penyediaan pelayanan publik .(sumaryanto,2008:75 dalam Kusumadinata & Fitriah, 2017)

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini membahas Strategi Humas Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Selatan Dalam Meningkatkan Layanan Mahasiswa dalam tentu meningkatkan layanan yang mana hal ini juga merupakan salah satu strategi komunikasi untuk perguruan tinggi tersebut agar dapat menarik masyarakat untuk meneruskan pendidikan anaknya di UHAMKA sebab jika kita mampu meningkatkan dalam pelayanan ke mahasiswa secara tidak langsung mahasiswa tersebut akan mengajak serta mengkomunikasikan ke kerabatnya untuk di UHAMKA.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan Analisis Isi Kualitatif dengan jenis penelitian yang dipakai yaitu deskriptif dengan cara melakukan pengumpulan datanya adalah melalui wawancara mendalam, kemudian subjek dari penelitian kali ini adalah "Universitas muhammadiyah Prof Dr.Hamka" serta penelitian ini di lakukan dengan cara mencari sumber dan dokumen yang terpercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memasuki era globalisasi dan menghadapi rencana berdaya otonomi pengelolaan perguruan tinggi, pendidikan tinggi Indonesia menghadapi tantangan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan output berkualitas yang saing tinggi. Tuntutan peningkatan kualitas ini disamping datang dari civitas akademika sebagai bagian organisasi (publik internal), juga datang dari masyarakat (publik eksternal). Dari publik sebagai "klien", datang tuntutan untuk meningkatkan kualitas pengajaran yang dapat

menghasilkan lulusan berkualitas yang mampu menghadapi persaingan era globalisasi. Sedangkan dari publik sebagai “mitra”, datang tuntunan untuk peningkatan kualitas hasil penelitian dan kualitas pangabdian pada masyarakat yang mampu menjawab permasalahan dan tantangan pembangunan. Dalam hal ini peran Public Relation (atau di perguruan tinggi lebih dikenal sebagai Hubungan Masyarakat). Perguruan tinggi sebagai pusat pendidikan tinggi, agen alih teknologi dan inovasi, dalam perkembangan kiprahnya di tingkat masyarakat diuntut untuk menghasilkan produk-produk berkualitas, baik dalam hal lulusan, sistem pendidikan yang dikembangkan maupun tingkat kontribusinya pada pembangunan dalam arti luas. Dalam memenuhi kiprah tersebut, perguruan tinggi memerlukan dukungan perangkat kerja tertentu yang dikenal sebagai Humas untuk mengenalkan atau menunjukkan kemampuannya sebagai suatu lembaga pendidikan tinggi yang memiliki tradisi kuat dalam bidang ilmu, pengetahuan dan seni (Iptreks) tertentu, yaitu mengangkat isu-isu relevan yang dimunculkan, program unggulan dan dukungan yang dimilikinya yaitu mengangkat isu-isu relevan yang dimunculkan, program unggulan dan dukungan yang dimilikinya (Hubeis, M., 1998 dalam Haryanto Rudy & Rozza Sylvia, 2012) Ditinjau dari pelaksanaan tugas yang sebenarnya, lembaga Humas sering di sepelekan, baik di tingkat internal maupun eksternal. Humas dianggap hanya bertugas untuk melaksanakan konferensi pers dan atau mengirimkan siaran pers, padahal Humas juga mempunyai tugas untuk mengadakan komunikasi ke dalam (employee relation atau internal communication), yang juga bertujuan mendapatkan dukungan dan pengertian dari bawah terhadap usaha-usaha organisasi.

Humas pun harus mampu memberikan saran kepada pimpinan untuk merumuskan kebijaksanaan, dan menumbuhkan *good will* yang baik terhadap citra organisasi (Assegaf, 1987). Oleh karena itu perlu disadari pengertian tentang apa yang dapat dilakukan oleh Humas bagi pimpinan perguruan tinggi (Rektor dan Pembantunya) dan organisasi perguruan tinggi sendiri, yaitu bagaimana memproyeksikan pesan yang tepat ke pengguna melalui penguasaan komunikasi, melakukan kegiatan promosi efektif sesuai biaya yang tersedia, dan memanfaatkannya sebagai alat manajemen yang baik (Hubeis, 1998). Untuk membangun citra positif dari institusi pendidikan dan menarik minat calon mahasiswa baru, diperlukan strategi humas yang efektif. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip teori *gaining compliance*. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang dapat mempengaruhi orang lain agar menyetujui atau mematuhi permintaan mereka. Dalam konteks strategi humas untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru, teori ini dapat digunakan sebagai panduan untuk merancang strategi yang persuasif dan efektif. Komunikasi persuasif merupakan upaya untuk mempengaruhi orang lain dengan memperhatikan aspek psikologis komunikator. Komunikasi persuasif dilakukan dengan menggunakan kemampuan atau teknik komunikasi untuk merubah pola pikir dan memasukkan unsur-unsur sugesti secara halus, sehingga komunikan mau mengikuti apa yang diinginkan oleh komunikator tanpa memaksa. Dari penjelasan tersebut, dapat dijelaskan bahwa komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan membujuk audiens untuk melakukan atau mengambil tindakan tertentu. Maka komunikasi persuasif menjadi bentuk strategi yang penting untuk diterapkan dalam proses untuk meningkatkan pelayanan dalam layanan mahasiswa universitas Muhammadiyah prof Dr Hamka (Putu Rika Mahardika et

al., 2020).

Definisi Humas atau Public Relations Perguruan tinggi sebagai pusat pendidikan tinggi, agen alih teknologi dan inovasi, dalam perkembangan di tingkat masyarakat dituntut untuk menghasilkan produk-produk berkualitas, baik dalam hal lulusan, sistem pendidikan yang dikembangkan, dan tingkat kontribusinya pada pembangunan dalam arti luas. Dalam memenuhi kiprah tersebut, perguruan tinggi memerlukan dukungan perangkat kerja tertentu yang dikenal sebagai Humas untuk mengenalkan atau menunjukkan kemampuannya sebagai lembaga pendidikan tinggi yang memiliki tradisi kuat dalam bidang ilmu, pengetahuan dan seni tertentu, yaitu mengangkat isu-isu relevan yang dimunculkan, program unggulan dan dukungan yang dimilikinya. fungsi Humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun publik internal;
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;
- d. Melayani publik dan memberi saran pimpinan organisasi demi kepentingan umum (Pratiwi, 2011). Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Pelayanan Prima (Service Excellent) dapat dipahami sebagai melayani sebagai melayani lebih dari yang diharapkan, dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses, dan kepuasan.

Dalam konteks lembaga pendidikan menurut (Bernadetha, 2018) bahwa pelayanan prima dapat dilakukan oleh humas lembaga pendidikan untuk memberikan layanan terhadap konsumen pendidikan selain itu adapun Kepuasan Pelanggan Menurut Gerso Ricard dalam

(Sudarsito, 2004) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui”. Kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi. Dalam konteks lembaga pendidikan menurut (Juhji, 2017) kemampuan sekolah dalam membina hubungan baik dengan lingkungan masyarakat yang semakin dinamis dengan berorientasi pada kepuasan masyarakat pendidikan (Tanjung et al., 2019).

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan oleh Humas, diperoleh hasil sebagai berikut: Humas sudah memiliki matriks tanggung jawab dan wewenang. Hubungan masyarakat memiliki matriks kapasitas eksekutif. Kegiatan kehumasan memiliki sasaran mutu yang tertuang dalam dokumen dan harus dilaksanakan sesuai dengan masa berlakunya. Standar kompetensi petugas dimaksudkan agar petugas dapat melaksanakan tugasnya dengan baik sebagai anggota humas sesuai dengan matriks tugas dan tanggung jawab. Ini adalah salah satu strategi PR internal. Hal ini terlihat pada sasaran mutu yang dipaparkan pada bagian sebelumnya dengan harapan dapat tercapainya strategi kehumasan dan proses pemasaran untuk menjangkau calon pelanggan.

Agar fungsi dan peran humas di perguruan tinggi dapat berjalan efektif, Hubeis (1998) menyarankan untuk menerapkan langkah- langkah pembangunan yang sistematis dan terintegrasi. Fase ini dikenal sebagai ROPE, atau Research, mendirikan Protest, Programming, dan Evaluation, baik dalam model dan cara penanganannya maupun dalam program yang dikembangkan. Kebutuhan komunikasi organisasi, baik internal maupun eksternal, ditentukan oleh sebuah studi (penelitian). Setelah melakukan analisis, langkah selanjutnya adalah menyusun rencana strategis humas yang memuat visi, misi, tujuan, dan sasaran humas, kemudian menyusun agenda kerja penting sistem publik.

Pada setiap tahapan kegiatan dilakukan penilaian agar tujuan dan sasaran humas dapat tercapai secara efektif dan efisien. Karena program kehumasan perlu disesuaikan dengan arah perkembangan universitas, Hubeis (1998) mengusulkan periodisasi pengembangan kehumasan. (putri diani atikah & zhoneta Natasha, n.d.) Berdasarkan hasil wawancara mahasiswa uhamka khususnya di program studi ilmu komunikasi bahwa dapat saya simpulkan tidak hanya layanan mahasiswa secara umum namun layanan akademik juga jadi ada beberapa yang dapat saya simpulkan Dengan Meningkatkan kualitas pengajaran (kuliah dan latihan praktek) dan kualitas kelulusan

Upaya peningkatan mutu layanan akademik di perguruan tinggi dilakukan dengan mengambil langkah-langkah strategis seperti team building, pendataan (diagnostik), dan perencanaan strategis (philosophical foundation building), hal ini terlihat dari rencana mutu layanan akademik dalam pendidikan tinggi. , visi dan misi, perumusan tujuan dan nilai, analisis situasi, perumusan kebijakan strategis, perencanaan pembangunan jangka panjang, perumusan strategi keuangan, perumusan manajemen strategis), diskusi dan sosialisasi.

Ada tiga cara untuk melihat pengenalan layanan akademik dalam sistem pendidikan tinggi. Pertama, standar layanan pendidikan yang meliputi kaliber informasi yang diberikan atau materi yang digunakan, kaliber pelatihan itu sendiri, kaliber metode penyampaian, dan kaliber evaluasi. Standar layanan kepemimpinan akademik menempati urutan kedua. Ketiga kualitas perpustakaan, dan keempat kualitas praktik Kualitas layanan pendidikan dapat dilihat dari tiga unsur: kualitas isi/materi, kualitas persiapan pelatihan, kualitas pelatihan. proses, dan kualitas evaluasi. Aspek kualitas isi/materi seperti mata kuliah, ba Berdasarkan hasil audiensi di atas, kami percaya bahwa kualitas lingkungan akademik di semua institusi dapat ditingkatkan sehingga semua aspek institusi, mahasiswa, dosen, staf, dan lingkungan kampus dapat bekerjasama dan saling mendukung. tentang.

Hal ini dilakukan agar suasana belajar menjadi lebih menyenangkan, positif dan semangat, menciptakan sesuatu yang baru, bermanfaat bagi individu, lembaga dan masyarakat, serta menghasilkan lulusan yang

unggul. (Parapat et al., 2023)

SIMPULAN

Jadi, tugas Humas di sini meyakinkan kepada masyarakat apa yang telah dicapai lembaga pendidikan tinggi selama ini, dengan memberikan fakta- fakta, misalnya sarana prasarana yang baik, dosen yang handal, jumlah mahasiswa yang telah terserap bekerja di berbagai lembaga pemerintahan atau perusahaan besar cukup banyak, mahasiswa yang berprestasi baik tingkat nasional dan internasional cukup signifikan. Dengan pemberian informasi yang jujur dan visi yang jelas diharapkan hasil akhir yang didapat adalah respon positif atau citra positif dari masyarakat terhadap lembaga pendidikan tinggi tersebut. Harapan lebih jauh lagi adalah lembaga pendidikan tinggi ini akan mendapatkan mahasiswa yang lebih banyak dan menghasilkan lulusan yang lebih baik sesuai dengan tujuan dan target yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, S., & Andrew, R. (2019). Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 521. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.2980>
- Haryanto rudy, & rozza sylvia. (2012). *Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Manajemen Peminat Layanan Pendidikan*. 11(1), 27–34.
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2017). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 225–238. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/130>
- Parapat, R. W., Zebua, A. H., Nurhanifah, N., Sambas, N. A., Irzwansyah, M. D., & Hasibuan, F. A. K. (2023). Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Universitas Medan Area. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 127–137.

- <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3304>
- Permadi, D., & Habibullah, A. (2022). Strategi Komunikasi Humas Bnn Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 150 - 162. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1901>
- Pratiwi, H. A. (2011). Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi. *Deiksis*, 3(1), 50–62.
- putri diani atikah, & zhoneta Natasha. (n.d.). *MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN DAN KONTROL PUBLIK MENINGKATKAN LAYANAN PENDIDIKAN □□□□*.
- Putu Rika Mahardika, Putri, N. L. W. E., & Purnomo, I. M. B. A. (2020). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022 Di Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja. *Comment: Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–23.
- Tanjung, R., Cecep, Sulaeman, D., Hanafiah, & Arifudin, O. (2019). Manajemen Pelayanan Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 234–242. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp234-242>
- Utomo, E. P. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Tik Ilmeu : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 27. <https://doi.org/10.29240/tik.v3i1.627>