Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849
e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

Implementasi *Excellence Theory Of Public Relations* Dalam Membangun Komunikasi Efektif Pada Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) Dan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH)

Nike Virgawati Yuarko[1*], Maulina Pia Wulandari [2], Zulkarnain[3]
[1,2,3] Universitas Brawijaya Jl. Veteran Malang, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang
Email: nikeyuarko@gmail.com[1*]

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis fungsi manajemen kehumasan berdasarkan struktur organisasi Public Relations di Universitas Jember sebagai Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) dan Universitas Airlangga Surabaya Perguruan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) dan endeskripsikan, serta menganalisis Excellence Theory of Public Relations pada praktek kehumasan di Universitas Jember dan Universitas Airlangga dalam membangun komunikasi efektitif terhadap publik internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis studi multikasus. Hal itu dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. praktek kehumasan di Universitas Jember dengan status BLU dan Univeritas Airlangga komunikasi efektif dapat dilakukan dengan cara, (1) menggunakan model komunikasi simetris dua arah, (2) Memberdayakan fungsi kehumasan (3) Mengintegrasikan fungsi kehumasan (4) Mengidentifikasi dan menganalisis publik strategis (5) Membangun dan memelihara hubungan (6) Menyusun dan menyebarkan informasi akurat dan transparan (7) Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial, kultural, dan edukatif (8) Melakukan riset, inovasi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia (9) mengukur dan mengevaluasi dampak dan nilai dari kegiatan kehumasan.

Kata Kunci: Public Relations, Excellence Theory, PTN-BLU, PTN-BH.

Abstract

The aim of this research is to describe and analyze the functions of public relations management based on the organizational structure of Public Relations at the University of Jember as a Public Service Agency State University (PTN-BLU) and Airlangga University Surabaya as a State University Legal Entity (PTN-BH). Furthermore, it aims to describe and analyze the Excellence Theory of Public Relations in the practice of public relations at the University of Jember and Airlangga University in building effective communication with internal and external publics. This research employs a qualitative research approach with a multicase study design to understand phenomena experienced by the research subjects, such as behaviors, perceptions, motivations, actions, and more. In the practice of public relations at the University

How to cite:	Nike Virgawati Yuarko (2022) Implementasi Excellence Theory of Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Efektif Pada Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) dan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH), *(7) 09.*
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

of Jember as a BLU institution and Airlangga University, effective communication can be achieved by (1) employing a two-way symmetrical communication model, (2) empowering the functions of public relations, (3) integrating public relations functions, (4) identifying and analyzing strategic publics, (5) building and maintaining relationships, (6) compiling and disseminating accurate and transparent information, (7) organizing social, cultural, and educational activities, (8) conducting research, innovation, and human resource capacity development, and (9) measuring and evaluating the impact and value of public relations activities.

Keywords: *Public Relations, Excellence Theory, (PTN-BLU), (PTN-BH).*

Pendahuluan

Perguruan Tinggi merupakan salah satu pilar penting sebagai sarana meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia. Peningkatan kualitas SDM harus direncanakan dengan sistematis, terarah dan fokus pada kepentingan memajukan ilmu pengetahuan yang dilandasi visi dan misi lembaga. Kemajuan dan keberhasilan lembaga atau Perguruan Tinggi sangat ditentukan oleh citra yang dimiliki dimata stakeholdernya. Keberhasilan Perguruan Tinggi dalam membangun citra Lembaga sangat ditentukan dengan adanya pengembangan manajemen terutama komunikasi baik pada publik internal maupun publik eksternal (Adnan and Amaliyah 2021). Globalisasi dunia perguruan tinggi berdampak secara langsung pada persaingan yang semakin tajam antar perguruan tinggi khususnya di Indonesia. Setiap perguruan tinggi agar dapat mempertahankan eksistensinya dan mampu berkembang, dibutuhkan eksplorasi terhadap faktor-faktor pendukung untuk dapat meningkatkan citra dan keunggulan bersaing (Arifin 2017).

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah fungsi manajemen untuk membantu menegakkan dan memelihara aturan bersama dalam komunikasi, demi terciptanya saling pengertian dan kerjasama antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya, membantu manajemen dan menanggapi pendapat publiknya, mengatur dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen dalam mengikuti, memonitor, bertindak sebagai suatu sistem. Dalam hal ini humas instansi sangat berperan dalam menangani reputasi dan mampu memberikan gagasan yang positif dalam jangka panjang. Praktik PR saat ini begitu dinamis, selain mengemban tugas sebagai penyampai pesan kepada publiknya (Hartini 2019). Humas mempunyai peranan penting dalam menginformasikan aktivitas pemerintah kepada masyarakat. Humas memiliki fungsi mewakili publik kepada manajemen dan manajemen pada publik sehingga tercipta arus komunikasi dua arah, baik informasi maupun administrasi. Humas harus mampu bertindak sebagai pemberi data dan informasi untuk mencegah adanya kesalahan informasi, membangun hubungan masyarakat yang baik dan berupaya menyebarluaskan atau mempublikasikan kegiatan kerja kepada masyarakat. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat, tentu pemerintah haruslah memberikan tugas humas sesuai dengan fungsi humas itu sendiri.

Humas merupakan fungsi manajemen yang membantu, menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi serta kerja sama suatu organisasi/perusahaan. Humas sangat berperan bagi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik serta menyampaikan informasi, opini, ide, pengetahuan kepada publik secara dua arah. Komunikasi dua arah merupakan tuntunan seorang humas agar dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku kelompok/perorangan agar sesuai dengan tujuan institusi yang diwakilinya. Secara umum tidaklah perlu mempunyai keahlian akademis, namun perlu untuk mewakili aktribut yakni, kemampuan berkomunikasi, kemampuan berorganisasi, kemampuan untuk dapat bergaul

dengan banyak orang, mempunyai integritas diri, mempunyai imajinasi diri, niat untuk mengembangkan wawasan. (Mulyana, 2004:78).

HUMAS (Hubungan Masyarakat) merupakan salah satu fungsi untuk menghubungkan pihak atau pihak-pihak yang berkepentingan dengan organisasi. Pada dasarnya publik dalam Humas biasanya dikategorikan sebagai hubungan internal dan hubungan eksternal. Hubungan internal adalah publik yang berada di dalam lingkungan organisasi yang meliputi seluruh Staf yaitu humas sendiri dengan pimpinan. Sedangkan Hubungan eksternal adalah publik yang berada di luar lingkungan organisasi yang meliputi instansi-instansi pemerintah, media atau pers komunitas dan lain sebagainya. Dalam kegiatannya Humas memiliki kewajiban untuk membuat program-program yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan publik luar (eksternal) diharapkan dapat menghasilkan perubahan sikap positif dari publik luar atau khalayak.

Hubungan masyarakat atau yang biasa disebut dengan humas yang ada di perguruan tinggi sangat diperlukan oleh lembaga kampus baik itu di kampus yang memilki predikat Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) ataupun kampus dengan predikat Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH). Humas berperan dalam membangun citra diri kampus agar dapat di kenal baik oleh masyarakat luas. Selain itu humas kampus juga berperan penting dalam menjawab beberapa permasalahan yang terjadi pada lembaga kampus yang tujuannya untuk dapat mengklarifikasi apapun bentuk informasi internal yang ada di kampus untuk dapat di dengar oleh khalayak umum. Dalam menjalankan tugas humas yang ada di kampus baik PTN-BLU atau PTN-BH terjadi perbedaan yang menarik untuk dilakukan kajian, karena secara nomenklatur status perguruan tinggi yang berbeda maka manajemen kampus juga berbeda. Maka dari itu perlu mengetahui terlebih dahulu nomenklatur antara perguruan tinggi badan layanan umum (PTN-BLU) dan perguruan tinggi badan hukum (PTN-BH).

Perguruan tinggi negeri dengan badan layanan umum (PTN-BLU) memiliki pedoman dalam pengelolaan manajemen kampus. Pedoman penilaian kinerja Badan Layanan Umum (BLU) di bidang layanan pendidikan telah diatur dalam peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor Per 32/ PB/2014 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Satuan Kerja Badan Layanan Umum di bidang layanan pendidikan. Penilaian kinerja Badan Layanan Umum adalah suatu cara dalam menilai capaian penyediaan layanan umum yang diselenggarakan oleh BLU, yang meliputi aspek penilaian keuangan dan penilaian aspek pelayanan yang dilakukan secara tahunan. Penilaian aspek keuangan adalah penilaian kinerja BLU berdasarkan analisis data laporan keuangan dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan mengenai pengelolaan keuangan BLU. Penilaian aspek pelayanan adalah penilaian kinerja BLU terkait teknis dan mutu manfaat kepada masyarakat berdasarkan data layanan BLU. Status BLU saat ini memang mengarah ke pengelolaan yang lebih fleksibel. Banyak Satker non-pendidikan yang bersedia ketika ditantang untuk menjadi BLU karena merasa pengelolaan keuangan akan menjadi tidak terlalu terikat birokrasi uang masuk harus ke negara baru kemudian diminta lewat KPPN.

Menurut data Kemeterian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, saat ini telah terdapat 21 perguruan tinggi yang telah berstatus PTN-BH di seluruh Indonesia. Adapun perguuan tinggi tersebut yakni, Universitas Indonesia (UI), Institut Teknologi Bandung (ITB), Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Gadjah Mada (UGM), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Universitas Padjadjaran (Unpad), Universitas Diponegoro (Undip), Universitas Airlangga (Unair), Universitas Brawijaya (UB), Universitas Sumatera Utara (USU), Universitas Hasanuddin (Unhas), Universitas Sebelas Maret (UNS), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Andalas (Unand), Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Negeri Semarang (Unnes), Universitas Negeri Surabaya (Unesa), Universitas Syiah Kuala

(Unsyiah), Universitas Terbuka (UT), dan Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Berikut PTN-BLU dan PTN-BH Tahun 2023 di Jawa Timur:

Tabel 1. PTN-BLU dan PTN-BH Jawa Timur

PTN-BLU	PTN-BH
1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	1. Universitas Airlangga (UNAIR)
2. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	2. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
3. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	3. Universitas Brawijaya (UB)
4. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur	4. Universitas Negeri Malang (UM)
5. Universitas Jember	5. Universitas Negeri Surabaya (UNESA)
6. Politeknik Kesehatan Malang	
7. Politeknik Negeri Malang	
8. Politeknik Kesehatan Surabaya	
9. Politeknik Pelayaran Surabaya	
10. Politeknik Penerbangan Surabaya	
11. Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun	
12. Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo	

Sumber: Kemenkeu 2023

Berdasarkan tabel 1 tersebut terdapat perbedaan jumlah yang cukup besar antara perguruan tinggi negeri BLU dan perguruan tinggi negeri berbadan hukum, dengan adanya perbedaan status maka penyampain informasi kepada publik juga memiliki perbedaan. Perubahan status dalam suatu organisasi menuntut peran Humas yang sangat penting dalam berbagai bentuk layanan baik internal maupun eksternal. Komunikasi merupakan komponen yang paling penting dari kehidupan kita, karena kita dipaksa untuk berkomunikasi, terlepas dari sarana atau saluran yang digunakan (Atmaja 2018). Komunikasi pada suatu organisasi perlu dipahami dari dua sisi sekaligus yaitu internal dan *external communication*. Seperti yang diketahui bahwa kegiatan komunikasi adalah salah satu unsur dari fungsi manajemen yang sangat penting yang tidak bisa dipisahkan di samping fungsi-fungsi lainnya seperti perencanaan, pengawasan, pengorganisasian dan lain-lainnya (Ningrum 2020).

Komunikasi merupakan sarana stakeholder memahami organisasi mereka, agar dapat berkontribusi dan motivasi penciptaan identitas bersama, sehingga peran PR terhadap komunikasi internal akan sangat berperan penting. Efektivitas komunikasi merupakan hal yang sangat menentukan kesuksesan suatu organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Maka dari itu hubungan masyarakat sangat diperlukan oleh sebuah Perguruan Tinggi dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat (A Sari and Supriyanto 2022). Komunikasi internal menurut Muhammad (dikutip dalam Astuti, Bagia, & Susila, 2016:2) adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam suatu organisasi. Maka dari itu penerima pesan dalam komunikasi internal merupakan orang-orang yang berada di dalam organisasi tersebut. Pentingnya komunikasi internal organisasi menurut Effendy (dikutip dalam Ruliana, n2016:101) komunikasi internal itu sendiri terjadi dalam suatu organisasi yang menyangkut publik internal. Publik internal sendiri merupakan seluruh karyawan yang terdapat di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini yang

menyebabkan bahwasanya komunikasi internal menyangkut seluruh sumber daya terbesar di dalam organisasi (Safitri, Risaldi, and Oktaviani 2019).

Tidak ada daftar spesifik fungsi PR sekolah yang dapat diterima secara universal. Namun, beberapa profesional (Kowalski 2000; Kotler dan Fox 1985; Keen dan Greenal 1987) di bidang ini menegaskan bahwa fungsi umum PR pendidikan melibatkan hubungan media, hubungan masyarakat, pembangunan citra, manajemen informasi, pemrograman PR dan perencanaan, internal dan komunikasi eksternal, konseling, penelitian, pemasaran, periklanan, penggalangan dana, dan rekrutmen mahasiswa (Patrianti 2020). PR yang digunakan oleh kampus PTN-BLU dan PTN-BH juga memiliki perbedaan. Peneliti melakukan penelitian pada 2 perguruan tinggi negeri yang memiliki status berbeda antara PTN-BLU dan PTN-BH yaitu di Universitas Jember dan Universitas Airlangga Surabaya.

UNEJ atau Universitas Jember berubah dari PTN dengan status Satker menjadi PTN-BLU pada pada tahun 2020. Pada tahun 2020 dan 2021 Universitas Jember masih mengalami fase transisi dan belum menjadi PTN BLU yang bisa dikatakan terbaik. Pada tahun 2022 Universitas Jember mampu mengungguli beberapa Perguruan Tinggi Negeri lain baik dari sisi pendapatan dan persentase serta target sebagai Badan Layanan Umum. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) melalui Ditjen Dikti menempatkan Universitas Jember di posisi ke-9 sebagai PTN BLU dengan kinerja anggaran tahun 2022 terbaik diantara 35 PTN BLU di Indonesia. Dengan menyandang status BLU, Unej memiliki otonomi yang lebih luas dalam pengelolaan sumber daya, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Sedangkan Universitas Airlangga banyak mengalami perkembangan sejak ditetapkan sebagai Perguruan Tinggi Badan Hukum Milik Negara (PT BHMN) pada tahun 2006 kemudian tahun 2014 Universitas Airlangga menyandang status baru sebagai Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum atau PTN BH sebagai akibat perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah.

Pada saat ini kampus yang memiliki Badan Layanan Umum (PTN-BLU) seperti Universitas Jember ataupun kampus dengan predikat Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) seperti Universitas Airlangga Surabaya memiliki gaya hubungan masyarakat dengan menerapkan teori excellence yang mengedepankan komunikasi dua arah yang humas sendiri dituntut untuk dapat membantu memecahkan masalah pada lembaga kampus dalam menjalin hubungan dengan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut beberapa temuan pra penelitian terkait dengan fungsi PR yang ada di UNEJ dan UNAIR yang telah menerapakan teori excellence:

Tabel 2. Penerapan Excellence Theory Public Relation

UNEJ	UNAIR
Humas yang ada di UNEJ merupakan subbidang dibawah Koordinator kelompok kerja Perencanaan, Kerjasama, Informasi dan Humas (PKIH). Humas memiliki peran dalam membantu membangun reputasi lembaga, mengkomunikasikan segala bentuk informasi tentang organisasi, baik kepada publik internal maupun eksternal. Humas memiliki tugas sebagai berikut: 1. Kehumasan 2. Promosi 3. Multimedia 4. Customer Handling	Pusat Informasi dan Hubungan Masyarakat Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum di UNAIR memiliki tugas dalam: 1. Melaksanakan peran yang dimiliki berupa implementasi kebijakan keterbukaan informasi 2. Berperan sebagai penasehat ahli bidang komunikasi 3. Menjadi fasilitator komunikasi dalam proses pemecahan masalah serta menjadi teknisi komunikasi.

5. Administrasi Kehumasan.

Berdasarkan hal tersebut yang ada pada tabel 2 fungsi excellence teori pada PR telah dijalankan. Hal ini sesuai dengan pendapat Rhee (Sa'diah, 2018), teori excellence menjelaskan bagaimana Hubungan Masyarakat dapat berkontribusi sebagai fungsi manajemen untuk keseluruhan keefektifan organisasi, seperti dalam membangun hubungan dengan publik dan penyelesaian konflik organisasi. Hal itu selaras dengan pendapat Cutlip, Center & Broom (2009), bahwa seorang praktisi PR yang profesional harus memiliki keahlian dalam menjalankan tiga peran, yakni dalam mendefinisikan masalah, menjadi fasilitator komunikasi dan menjadi fasilitator pemecah masalah. Menurut James Grunig (2002), teori excellence public relations merupakan pengembangan dari empat model public relations, yang diterapkan praktisi PR dalam menjalin hubungan dengan publik. Model ini dapat juga disebut sebagai tipe proses kegiatan public relations. Keempat model tersebut adalah press agentry, public information, two-way asymmetric, dan two-way symmetric. Keempat model ini dibuat berdasarkan empat dimensi utama, yaitu arah komunikasi, keseimbangan kepentingan antara kedua pihak (tujuan), saluran, dan dimensi etis. Keempat model ini merupakan "representasi tahap dalam sejarah public relations" (Kriyantono, 2014).

Dalam menjalankan kegiatan media relations adalah menjalin hubungan baik dengan seluruh media pers. Media saat ini merupakan ujung tombak dari sebuah peristiwa yang akan menjadi berita kemudian apapun itu akan dapat dipublikasikan. Bukan hanya itu humas juga perlu memperhatikan organisasi media dan asosiasi profesi wartawan. Organisasi-organisasi semacam ini tidak boleh diabaikan keberadaanya ketika seorang humas melaksanakan program media relations. Media dapat memberikan keuntungan bagi sebuah instansi kampus apabila publisitas tersebut merupakan sesuatu yang positif, namun karena media pula sebuah reputasi dapat dihancurkan. Pelaksanaan manajemen media tidak boleh gagal sehingga dapat menyebabkan pemberitaan yang negatif sebuah instansi kampus. Maka dari itu menjalin hubungan baik dengan media penting untuk membentuk dan meningkatkan citra serta menjaga reputasi dimata stakeholder. Dalam upaya pembentukan citra positif, sebuah instansi perlu melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Kegiatan seperti ini apabila dikelola dengan baik akan berpengaruh besar pada reputasi instansi kampus sendiri. Humas Kampus dapat memberikan berita secara rutin kepada media massa mengenai kegiatan-kegiatan sosial yang telah dilaksanakan atau memberikan informasi melalui situs internet sehingga memudahkan publik untuk mengakses dengan begitu transparansi antara kebijakan kampus dengan mahasiswa atau masyarakat luas jauh lebih terbuka.

Berdasarkan hal tersebut peneliti juga menemukan beberapa perbedaan dasar pada humas yang ada di PTN-BLU dan PTN-BH di UNEJ dan UNAIR Surabaya. Berikut merupakan berdaan Humas yang ada di UNEJ dan UNAIR:

1. Struktur organisasi yang ada pada humas Unej lebih banyak dari kalangan tenaga pendidik dan beberapa dosen
2. Humas yang ada di UNAIR juga meliputi mahasiswa yang diberikan tanggung jawab seperti pekerja profesional
3. Pemberian insentif Humas yang ada di UNEJ sesuai dengan pagu yang ditetapkan, sedangkan pemberian insentif Humas di UNAIR seperti yang ada di perusahaan swasta yaitu dengan kontrak serta kesepakatan antara kedua belah pihak
4. Terjadi perbedaan honorium humas yang ada di UNEJ dan UNAIR yang sangat mencolok
5. Fungsi humas di UNEJ dan UNAIR sama-sama juga membantu dalam penyelesaian masalah yang ada di kampus, namun di UNEJ lebih banyak berfokus

pada media dalam bentuk website sedangkan UNAIR banyak menggunakan media sosial

Berdasarkan temuan lapangan, kajian lapangan, dan penelitian terdahulu yang relevan. Peneliti tertarik melakukan kajian yang mendalam terkait dengan apa yang terjadi pada manajemen kehumasan yang ada di UNEJ dan UNAIR serta ketergunaan teori Excellence yang sama sama digunakan di dua kampus tersebut. Sehingga peneliti tertarik dalam mekaukan pengkajian yang lebih mendalam mengenai "Implementasi Excellence Theory of Public Relations dalam Membangun Komunikasi Efektif pada Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) dan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) (Studi Pada Humas Universitas Jember dan Pusat Komunikasi dan Informasi Publik Universitas Airlangga Surabaya)".

Metode Penelitian

Penelitian implementasi excellence theory of public relations dalam membangun komunikasi efektif pada perguruan tinggi negeri badan layanan umum (PTN-BLU) dan perguruan tinggi negeri badan hukum (PTN-BH) (Studi Pada Humas Universitas Jember dan Pusat Komunikasi dan Informasi Publik Universitas Airlangga Surabaya) ini menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut (Setyosari 2016) paradigma konstruktivis memandang realitas itu diciptakan oleh individu dan ada dalam pikiran individu, maka periset akan mempersepsi/berpikir bahwa setiap individu berbeda dalam mempersepsi realitas karena individu berbeda latar belakang. Paradigma konstruktivis dilakukan dengan menggali data mendalam dan memerlukan narasi-narasi yang mendalam tentang realitas. Dengan penelitian kualitatif peneliti berusaha membangun makna tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan (Nasution 2012).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis studi multikasus. Hal itu dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong 2012). Penggunaan paradigma konstruktivis sering disebut riset kualitatif, data nya pun didominasi berupa data kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi. Kemudian peneliti akan berupaya menjabarkan data dengan bentuk deskriptif, yaitu mendeskripsikan data secara mendalam dan memerlukan narasi-narasi mendalam dari realitas yang ada (Hardani et al. 2020). Penelitian studi multikasus (*multiple case study*) adalah pendekatan penelitian yang melibatkan analisis terhadap beberapa kasus atau unit analisis (Zach 2006). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari Humas Universitas Airlangga dan Institut Teknologi Surabaya yang memiliki karakteristik serupa atau berkaitan dengan komunikasi internal humas dalam perubahan organisasi. Pendekatan studi multikasus sering digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama di bidang ilmu sosial dan perilaku manusia (Asfour et al. 2018). Tujuan utama dari penelitian studi multikasus adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang kompleks dan memungkinkan generalisasi yang lebih luas. Dalam penelitian studi multikasus, peneliti mengumpulkan data melalui berbagai metode seperti wawancara, observasi, analisis dokumen, atau studi arsip. Data dari masing-masing kasus kemudian dianalisis secara terpisah dan kemudian dibandingkan dan dikontraskan untuk mengidentifikasi pola, perbedaan, atau kesamaan yang ada di antara kasus-kasus tersebut. Sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara mendalam dan juga hasil observasi. *Field note* merupakan hasil catatan observasi yang peneliti tulis secara rinci di awal melakukan penelitian dengan tema ini. Penelitian ini juga menggunakan sumber data dari berbagai aspek, diambil dari website, data Humas berupa arsip-arsip berita dan foto. Wawancara dalam penelitian ini melibatkan

5 informan dari masing-masing perguruan tinggi dengan menggunakan teknik *convenient sampling* dalam pemilihan informan penelitian. Untuk itu, total keseluruhan dari dua lokasi penelitian adalah 10 infroman. *Convenient sampling* ialah pemilihan sampel berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Peneliti bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah sserta mudah diperoleh periset (Stratton 2021).

Data lapangan yang telah diverifikasi dengan analisis data maka untuk menguji tingkat kebenaran data dengan pengecekan keabsahan data temuan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan: *credibility, dependability, confirmability, dan transferability*. Menganalisis data berarti secara sistematis menyusun, mengintegrasikan, dan menyelidiki, kita mencari pola dan hubungan diantara rincian spesifik (Neuman, 2018). Analisis data pada riset kualitatif bersifat cair, termasuk bisa dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data (tidak harus menunggu pengumpulan data selesai, baru menganalisis). Karenanya, analisis data dilakukan berulang-ulang dan terus-menerus (Hardani et al. 2020). Penelitian ini akan menggunakan tahapan analisis data oleh (Miles, Huberman, and Saldana 2014) melalui empat alur kegiatan yakni; pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan/verifikasi. Proses analisis data ini bersifat interaktif, terjadi bersamaan, yakni selama proses pengumpulan data, kegiatan kondensasi data juga dilakukan secara bersamaan.

Data yang diperoleh selama di lapangan melalui hasil wawancara mendalam, observasi partisipan dan studi dokumentasi. Keseluruhan data diperoleh peneliti melalui subjek penelitian pada masing-masing situs satu dan dua. Untuk memberikan makna bahwa data yang diperoleh adalah memiliki nilai maka kegiatan awal adalah mengumpulkan data sesuai dengan sumber penelitian. Penelitian ini tentang makna merdeka belajar dari prespektif warga belajar. Adapun pengumpulan data informan penelitian sebanyak sepuluh orang. Lima orang pada Humas UNAIR sedangkan lima orang pada Humas UNEJ. Kondensasi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi (temuan) empirik lainnya. Kondensasi (pengembunan) data berarti mengubah data yang sebelumnya menguap menjadi lebih padat (air). Perbedaan antara Reduksi dengan Kondensasi terletak pada cara penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah kemudian memilih, sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijaring tanpa harus memilah (mengurangi) data (Miles et al., 2014). Proses kondensasi data yang dilakukan pada penelitian ini berdasarkan hasil pengumpulan data untuk dilakukan pengkodean, kategorisasi dan interpretasi. Data yang dinilai masih belum menjawab pertanyaan penelitian digali kembali dan dilakukan analisis di lapangan hingga data tersebut benar-benar sesuai dengan fakta empiris. Setelah fakta empiris diperoleh, dilakukan interpretasi dan pemaknaan kembali oleh peneliti.

Data penelitian yang telah dikumpulkan, dan direduksi, disajikan atau ditampilkan untuk dapat dideskripsikan. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan untuk adanya penarikan kesimpulan serta tindakan. Penyajian data hasil wawancara mendalam, dokumentasi, dan hasil dari observasi penelitian di masing-masing warga belajar. Pada penelitian ini peneliti menyajikan data tentang analisis praktik implementasi excellence theory of public relations dalam membangun komunikasi efektif pada perguruan tinggi negeri badan layanan umum (PTN-BLU) dan perguruan tinggi negeri badan hukum (PTN-BH) (Studi Pada Humas Universitas Jember dan Pusat Komunikasi dan Informasi Publik Universitas Airlangga Surabaya).

Verifikasi data penelitian sebagai upaya dalam menarik kesimpulan data. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data penelitian yang telah diolah oleh peneliti melalui penyajian data. Penarikan kesimpulan ini sebagai verifikasi akhir dari data yang ditemukan selama penelitian. Kesimpulan awal dalam penelitian bersifat sementara, dan bisa berubah bila

ditemukan bukti-bukti yang saling mendukung dalam tahap pengumpulan data. Kesimpulan pada tahap awal didukung oleh data yang valid dan dapat dibuktikan kebenarannya, maka penarikan kesimpulan sementara dinyatakan kredibel.

Proses penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengkomparasikan beberapa temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dari temuan tersebut kemudian dibahas menggunakan teori yang relevan sebagai alat untuk pisau analisis. Selain itu temuan-temuan penelitian ini diverifikasi dan dinyatakan kredibel. Selanjutnya diambil kesimpulan akhir atau pernyataan-pernyataan yang mengandung novelty atau kebaruan temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang membahas rumusan masalah pertama yaitu bagaimana fungsi manajemen kehumasan berdasarkan struktur organisasi *Public Relations* di Universitas Jember sebagai Perguruan Tinggi Negeri Badan Layanan Umum (PTN-BLU) dan Universitas Airlangga Surabaya Perguruan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) dapat dapatkan bahwa fungsi manajemen kehumasan yang ada di PTNBH dan BLU khususnya yang ada di UNAIR dan UNEJ memiliki perbedaan pada beberapa hal yaitu fungsi perencanaan, fungsi pelaksanaan, fungsi pengembangan, dan fungsi pelayanan. Fungsi perencanaan yang ada di Universitas PTNH dan BLU memiliki kesamaan, bahwa perencanaan bukan hanya sekadar langkah awal, melainkan merupakan pondasi dari segala upaya komunikasi. Proses perencanaan mencakup analisis situasi, identifikasi masalah, penetapan sasaran, pemilihan media, dan penentuan anggaran. Semua tahapan ini memastikan bahwa kegiatan kehumasan universitas sesuai dengan visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, penentuan anggaran juga memiliki peran penting dalam perencanaan kehumasan. Sumber daya finansial harus dialokasikan secara bijak untuk mendukung berbagai kegiatan humas, termasuk promosi, pelaksanaan acara, dan pengelolaan media sosial. Dengan demikian, bahwa perencanaan tidak hanya membantu mencapai tujuan komunikasi, tetapi juga membimbing pengelolaan sumber daya secara efisien untuk memastikan keberhasilan strategi kehumasan universitas. Hal ini sesuai dengan pendapat (Jefkins, 2007) bahwa empat alasan dibuatnya perencanaan terlebih dahulu dalam kegiatan PR yaitu (1) Untuk menetapkan target-target operasi PR yang nantinya akanmenjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh, (2) untuk memeperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yangdiperlukan, (3) untuk menentukan skala prioritas guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan program PR yang telah diprioritaskan, dan (4) untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan staf pendukung atau personil yang mencukupi, dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, endaran dan sebagainya, dan anggaran dana yang tersedia. , c) melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*). Langkah ketika mencakup kegiatan kegiatan melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang untuk mencapaisuatu tujuan tertentu, d) evoluasi program (*Evaluating the program*) yakni mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program. Strategi dan manajemen HUMAS (Hubungan Masyarakat) dalam konteks perguruan tinggi bertujuan untuk membangun citra positif, meningkatkan visibilitas, dan menjalin hubungan yang baik antara perguruan tinggi dengan stakeholder internal (mahasiswa, dosen, staf) dan eksternal (masyarakat, media, industri, pemerintah).

Selain fungsi perencanaan, terdapat fungsi lain yaitu fungsi pelaksanaan. Fungsi pelaksanaan dalam manajemen kehumasan universitas yaitu PTNBH dan BLU sangat krusial. Pelaksanaan tidak hanya terbatas pada tahap implementasi rencana, strategi, dan

program kehumasan yang telah disusun, tetapi juga mencakup aspek-aspek esensial seperti koordinasi, pengawasan, dan evaluasi kegiatan kehumasan, baik di lingkungan internal maupun eksternal. Pentingnya peran fungsi pelaksanaan dalam konteks pengelolaan media sosial dan website universitas juga disoroti. Kehadiran aktif dan manajemen yang efektif dalam platform digital menjadi elemen kunci untuk menjaga dan meningkatkan citra positif universitas. Dengan demikian, bahwa fungsi pelaksanaan bukan hanya menjalankan rencana, tetapi juga merupakan penentu keberhasilan, konsistensi, dan dampak kegiatan kehumasan universitas secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Damayanti 2021) bahwa humas atau PR bertugas untuk menjalin kerjasama dan kemitraan dengan berbagai pihak terkait, seperti industri, organisasi non-profit, lembaga pemerintah, dan perguruan tinggi lain. Hal ini dapat mencakup kolaborasi dalam penelitian, pengembangan program, program magang, sponsorships, dan acara bersama. Kerjasama ini membantu memperluas jaringan perguruan tinggi, meningkatkan visibilitas, serta memperkaya pengalaman akademik dan profesional bagi mahasiswa dan staf. Hal ini dapat dilakukan ketika memiliki konsistensi yang tinggi.

Setelah fungsi pelaksanaan terdapat fungsi pengembangan yang menjadi sumber penting bagi kemajuan kehumasan baik yang ada di kampus BLU atau di kampus PTNBH, dapat disimpulkan bahwa humas dalam fungsi pengembangan dalam manajemen kehumasan mencakup strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan, memanfaatkan riset dan inovasi, serta membangun dan menjaga hubungan baik dengan berbagai stakeholder. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya mengejar pertumbuhan dalam hal jumlah kegiatan, tetapi juga fokus pada peningkatan substansial dalam upaya komunikasi universitas secara menyeluruh. Hal ini sesuai dengan pendapat (Musyaroffah, 2018) Program dalamsuatu pengembangan Humas harus pro aktif dan mampu mengantisipasikan perubahan-perubahan yang ada atau terjadi dengan cepat, baik di bidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik internasional dan nasional. Sentral Humas bertujuan yang hendak dicapai secara strategis, tidak hanya berfungsi sebagai "peta" yang menunjukkan arah lokasi, melainkan juga menunjukkan "bagaimana" operasional atau konsep dan strategi komunikasinya. Strategi dalam suatukomunikasi Humas merupakan satuperpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen). Tujuan sentral *Public Relations* ini adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) tersendiri atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi postitif pada suatu lembaga. Pembentukan, atau pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung oleh kebijakan dan komitmen pimpinan puncak. Kemampuan buntuk berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan adalah salah satu penyampaian media pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai suatu pendapat umum sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

Paling akhir dari fungsi humas adalah fungsi pelayanan, temuan lapangan bahwa fungsi pelayanan dalam manajemen kehumasan universitas merupakan hal yang sangat penting. Fungsi ini tidak hanya terbatas pada memberikan layanan informasi, edukasi, dan konsultasi kepada publik yang berkepentingan dengan universitas, tetapi juga melibatkan penanganan keluhan, saran, dan masukan dari publik. Komunikasi aktif dan penerimaan terhadap umpan balik tersebut menjadi bagian integral dari upaya menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat. Selain itu, fungsi pelayanan juga melibatkan penyelesaian masalah dan manajemen krisis. Dalam konteks ini, kecepatan dan kejelasan dalam menyampaikan informasi selama situasi darurat menjadi kunci. Fungsi ini tidak hanya berfokus pada penanganan masalah internal, tetapi juga pada cara universitas merespon dan mengelola situasi krisis agar reputasinya tetap terjaga. Pentingnya fungsi pelayanan juga tercermin dalam penyelenggaraan kegiatan sosial, kultural, dan edukatif. Kegiatan-

kegiatan ini tidak hanya memperkuat ikatan universitas dengan masyarakat, tetapi juga meningkatkan pemahaman publik tentang peran universitas dalam pendidikan dan pengembangan masyarakat. Keseluruhan, fungsi pelayanan dalam manajemen kehumasan bukan hanya tentang memberikan informasi, tetapi juga membentuk interaksi positif dengan publik dan memastikan bahwa universitas merespon dengan baik terhadap perubahan dan tantangan yang muncul. Hal ini sesuai dengan pendapat (Mardiah, 2020) Sistem pelayanan adalah menurut arti kata, sistem adalah cara teratur prosedur-prosedur untuk melakukan sesuatu. Sistem pelayanan sebenarnya merupakan satu kesatuan faktor yang dibutuhkan dalam terselenggaranya suatu sistem pelayanan. Sistem pelayanan juga pada dasarnya adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur dan metode-metode yang saling berhubungan, yang disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dari perusahaan yang dihasilkan dengan proses tertentu yang bertujuan untuk menyediakan informasi, memberikan pelayanan dengan memenuhi kepentingan masyarakat dalam menciptakan pelayanan yang baik dengan proses dalam sistem pelayanan. Secara Spesifik beberapa perbedaan antara Public Relation di BLU dan PTN-BH adalah:

1. Public Relation di BLU harus mengikuti kebijakan dan peraturan yang ditetapkan oleh Kementerian Keuangan, sedangkan Public Relation di PTN-BH memiliki otonomi yang lebih besar dalam mengambil keputusan dan berinovasi.
2. Public Relation di BLU harus melaporkan kegiatan dan anggaran kehumasan kepada Kementerian Keuangan, sedangkan Public Relation di PTN-BH hanya melaporkan kepada Rektor dan Dewan Pengawas.
3. Public Relation di BLU harus menetapkan tarif layanan berdasarkan kebijakan Menteri Keuangan dengan memberi ruang pada usulan pimpinan BLU, sedangkan Public Relation di PTN-BH dapat menetapkan tarif biaya pendidikan berdasarkan pedoman teknis yang ditetapkan oleh Menteri.
4. Public Relation di BLU tidak memiliki hak untuk mengelola aset secara menyeluruh, sedangkan Public Relation di PTN-BH memiliki kontrol penuh atas aset dan keuangan mereka sendiri.

Berdasarkan keterangan tersebut maka perbedaan signifikan antara Public Relation di Badan Layanan Umum (BLU) dan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) mencakup beberapa aspek. Pertama, Public Relation di BLU terikat pada kebijakan dan peraturan yang ditetapkan oleh Kementerian Keuangan, sementara di PTN-BH, mereka menikmati tingkat otonomi yang lebih besar, memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan dan berinovasi secara lebih independen. Kedua, Public Relation di BLU memiliki kewajiban melaporkan kegiatan dan anggaran kehumasan kepada Kementerian Keuangan, sedangkan di PTN-BH, pelaporan dilakukan hanya kepada Rektor dan Dewan Pengawas. Selanjutnya, Public Relation di BLU harus menetapkan tarif layanan berdasarkan kebijakan Menteri Keuangan dengan mempertimbangkan usulan pimpinan BLU, sedangkan di PTN-BH, mereka memiliki keleluasaan untuk menetapkan tarif biaya pendidikan sesuai dengan pedoman teknis yang ditetapkan oleh Menteri. Terakhir, Public Relation di BLU tidak memiliki hak untuk mengelola aset secara menyeluruh, sedangkan di PTN-BH, mereka memiliki kontrol penuh atas aset dan keuangan mereka sendiri.

Pada fungsi manajemen kehumasan berdasarkan struktur organisasi public relations dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen kehumasan berdasarkan struktur organisasi Public Relations (PR) pada universitas dengan status PTN-BH (Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum) dan BLU (Badan Layanan Umum). Pertama, pada PTN-BH, fungsi manajemen kehumasan lebih terfokus pada penyelarasan komunikasi dengan tujuan pendidikan dan pelayanan publik. Dalam struktur ini, pentingnya menciptakan citra positif dan menjaga reputasi universitas sebagai lembaga pendidikan negeri yang berkualitas

sangat ditekankan. Dengan demikian, fungsi manajemen kehumasan di PTN-BH mencakup strategi komunikasi yang mendukung visi dan misi institusi. Di sisi lain, pada universitas dengan status BLU, diskusi menyoroti fleksibilitas dan kemandirian yang dimiliki oleh struktur organisasi tersebut. Dalam konteks BLU, fungsi manajemen kehumasan melibatkan lebih banyak aspek yang bersifat bisnis, termasuk pengelolaan sumber daya dan keuangan. Citra dan reputasi tetap menjadi fokus, tetapi dengan penekanan pada keberlanjutan dan efisiensi dalam pelayanan publik. Struktur BLU memungkinkan adaptasi yang lebih cepat terhadap perubahan dan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen kehumasan di universitas dengan status PTN-BH dan BLU memiliki perbedaan dalam penekanan dan strategi. PTN-BH cenderung menekankan pada penyelarasan dengan misi pendidikan dan citra lembaga publik, sementara BLU lebih menitikberatkan pada fleksibilitas, keberlanjutan, dan efisiensi dalam konteks pelayanan dan bisnis. Meskipun ada perbedaan ini, keduanya tetap memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan berbagai stakeholder dan memastikan pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan institusional.

Hal tersebut sesuai dengan teori (Grunig, J. E., (2013) menjadi seorang public relation hal yang harus dikuasai adalah sebagai berikut: 1) Writing, praktisi humas harus terampil dalam menulis. Publik saat ini tidak hanya bergantung pada wartawan atau media massa untuk mengakses informasi. Publik juga sudah menjadikan media sosial: FB, twitter, blog, dan lain-lain sebagai sarana komunikasi dan bertukar informasi, 2) Kreativitas, Sarana komunikasi sangatlah kompleks. Dan banyaknya informasi menuntut para praktisi PR untuk kreatif dalam mengemas dan menyampaikan pesan, 3) Menguasai '*Publishing Tools'.* Internet dan alat-alat media sosial menjadikan praktisi humas "kebanjiran" sarana komunikasi. Praktisi PR saat ini harus tahu berbagai saluran komunikasi tradisional dan digital untuk melihat kesempatan terbaik bagi klien dan employer mereka, 4) Profesionalisme, nilai-nilai inti advokasi, kejujuran, keahlian, kemandirian, kesetiaan, dan keadilan adalah penting bagi para praktisi PR. Pada tahun 2000, Public Relations Society of America (PRSA) menerbitkan kode etik humas tentang 6 nilai inti dan prinsip inti etika PR, 5) Personable, menarik, pandai mengambil hati. Berlaku baik kepada orang lain (good with people). Profesi humas memerlukan pemersatu (uniters), bukan pemisah (dividers). PR perlu mendorong komunikasi yang lebih baik di dunia kita yang terkadang "konfrontatif".

Implementasi Excellence Theory of Public Relations pada praktek kehumasan di Universitas Jember dan Universitas Airlangga dalam membangun komunikasi efektitif terhadap publik internal dan eksternal dapat disimpulkan bahwa implementasi Excellence Theory of Public Relations pada praktek kehumasan di Universitas Jember dengan status BLU dan Univeritas Airlangga dengan status PTN-BH dalam membangun komunikasi efektif dapat dilakukan dengan cara, (1) menggunakan model komunikasi simetris dua arah yang berorientasi pada hubungan timbal balik antara universitas dan publiknya. Model ini mengutamakan dialog, partisipasi, dan kerjasama dalam menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan bersama. (2) Memberdayakan fungsi kehumasan sebagai bagian dari manajemen strategis yang berperan dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang berkaitan dengan visi, misi, dan tujuan universitas. (3) Mengintegrasikan fungsi kehumasan dengan fungsi-fungsi lain di universitas, seperti akademik, penelitian, pengabdian, administrasi, dan keuangan, agar tercipta komunikasi internal yang efektif dan efisien. (4) Mengidentifikasi dan menganalisis publik strategis yang memiliki kepentingan dan pengaruh terhadap universitas, seperti mahasiswa, dosen, karyawan, alumni, pemerintah, media, masyarakat, dan stakeholder lainnya. (5) Membangun dan memelihara hubungan kualitas dengan publik

strategis berdasarkan prinsip-prinsip kepercayaan, komitmen, kepuasan, kontrol bersama, dan pertukaran. (6) Menyusun dan menyebarkan informasi akurat dan transparan tentang kebijakan, program, dan prestasi universitas melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun online, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi publik strategis. (7) Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial, kultural, dan edukatif yang dapat meningkatkan citra dan reputasi universitas, serta memberikan nilai tambah bagi publik strategis. (8) Melakukan riset, inovasi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam kehumasan, serta (9) mengukur dan mengevaluasi dampak dan nilai dari kegiatan kehumasan terhadap kinerja dan efektivitas universitas.

Hal tersebut sesuai dengan teori (L.A. Grunig, dkk, 2002) menjelaskan bahwa humas adalah efektif jika (a) humas mempunyai kebijakannya sendiri bagian, yaitu tidak digabungkan dengan bagian lain divisi/bagian, bahkan disubordinasikan oleh divisi lain; (b) hubungan masyarakat bagian milik struktur atas (koalisi dominan); (c) hubungan masyarakat adalah terlibat dalam pengambilan keputusan secara dominan koalisi. PR efektif jika mampu menjalankan fungsinya dengan baik dan ini fungsi tercapai jika PR ada di struktur atas (koalisi dominan). Peluang untuk terlibat dalam rapat pengambilan keputusan dan memiliki akses langsung pemimpin akan menjadi hebat jika para praktisinya hebat dalam posisi itu (Kriyantono, 2017).

Kesimpulan

Humas dan PKIP menyediakan informasi yang akan disampaikan. Kemudian, merancang strategi penyampaian yang melibatkan berbagai media sesuai dengan profil publik strategis. Baik cetak, elektronik, atau online, penggunaan media yang beragam memastikan bahwa informasi dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Transparansi menjadi prinsip kunci dalam penyusunan dan penyebaran informasi. Humas UNEJ dan PKIP UNAIR berkomitmen untuk menyajikan informasi dengan akurat, jelas, dan mudah dipahami. Hal ini menciptakan kepercayaan publik strategis terhadap universitas, karena informasi yang diberikan dapat diverifikasi dan diandalkan. Selain itu, Humas UNEJ dan PKIP tidak hanya menyebarkan informasi secara pasif, tetapi juga memastikan adanya saluran komunikasi dua arah. Mereka membuka ruang untuk umpan balik dan pertanyaan, baik melalui media sosial, pertemuan terbuka, atau platform online lainnya. Hal ini memperkuat keterlibatan publik strategis, memungkinkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam dinamika universitas. Dengan peran yang terkoordinasi antara Humas UNEJ dan PKIP Unair dengan para pemangku kepentinga untuk melakukan penyusunan dan penyebaran informasi tentang kebijakan, program, dan prestasi universitas dapat berjalan efektif dan responsif terhadap kebutuhan serta preferensi publik strategis. Ini tidak hanya menciptakan pemahaman yang lebih baik, tetapi juga memperkuat hubungan positif antara Universitas Jember dan Universitas Airlangga dengan pemangku kepentingan utamanya.

Implementasi *Excellence Theory of Public Relations* pada praktek kehumasan di Universitas Jember dengan status BLU dan Univeritas Airlangga dengan status PTN-BH dalam membangun komunikasi efektif dapat dilakukan dengan cara, (1) menggunakan model komunikasi simetris dua arah, (2) Memberdayakan fungsi kehumasan sebagai bagian dari manajemen strategis yang berperan dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang berkaitan dengan visi, misi, dan tujuan universitas. (3) Mengintegrasikan fungsi kehumasan dengan fungsi-fungsi lain di universitas, seperti akademik, penelitian, pengabdian, administrasi, dan keuangan, agar tercipta komunikasi internal yang efektif dan efisien. (4) Mengidentifikasi dan menganalisis publik strategis yang memiliki kepentingan dan pengaruh terhadap universitas, seperti mahasiswa, dosen, karyawan, alumni, pemerintah, media, masyarakat,

dan stakeholder lainnya. (5) Membangun dan memelihara hubungan kualitas dengan publik strategis berdasarkan prinsip-prinsip kepercayaan, komitmen, kepuasan, kontrol bersama, dan pertukaran. (6) Menyusun dan menyebarkan informasi akurat dan transparan tentang kebijakan, program, dan prestasi universitas melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun online, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi publik strategis. (7) Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial, kultural, dan edukatif yang dapat meningkatkan citra dan reputasi universitas, serta memberikan nilai tambah bagi publik strategis. (8) Melakukan riset, inovasi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam kehumasan, serta (9) mengukur dan mengevaluasi dampak dan nilai dari kegiatan kehumasan terhadap kinerja dan efektivitas universitas.

Humas baik di PTNBH dan PTN BLU harus terus meningkatkan profesionalisme yang mengedepankan pelayanan, karena hasil temuan pada pelayanan khususnya terkait komunikasi dua arah masih dinilai kurang, sehingga perlu adanya peningkatan lebih baik dalam melakukan komunikasi dua arah dengan komunikan atau khalayak publik. Teori *Excellent* dapat dilakukan dengan baik apabila humas dapat mengikuti perkembangan di era saat ini dan dapat berpegang teguh pada integritas yang memang harus dimiliki bagi seorang komunikator. Maka humas perlu melakukan pemahaman perkembagan teknologi dengan kemajuan zaman yang semakin berkembang, agar dapat lebih relevan dengan era saat ini.

BIBLIOGRAFI

A Sari, Luthfia, and A Supriyanto. 2022. "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi." | *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13(2).

Adnan, Muhammad, and Anita Amaliyah. 2021. "Radicalism VS Extremism: The Dilemma of Islam And Politics In Indonesia." *JURNAL ILMU SOSIAL* 1(1): 24–48.

Amanda, Luthfia. 2022. "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13: 1–5.

Anwar Sanusi. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.

Arifin, Muhammad. 2017. "Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi Oleh." 3(1).

Asfour, Ali, Samer Zein, Norsaremah Salleh, and John Grundy. 2018. "Exploring Agile Mobile App Development in Industrial Contexts: A Qualitative Study." 3: 29–46.

Atmaja, Jaka. 2018. "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB." *Jurnal Ecodemica* 2(1).

Baines, P., Egan, J., & Jefkins, F. (2007). Public relations. Routledge.

Basofi, Imam. 2020. "Manajemen Humas IAIN Madura Dalam Menarik Minat Masyarakat." *KABILAH : Journal of Social Community* 5: 74–82.

Cahyani, Intan, and Yuliani Widianingsih. 2020. "Digital Storytelling Dan Social Listening : Tren Aktivitas Kehumasan Perguruan Tinggi Dalam Pengelolaan Media Sosial." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8: 39.

Collien, Isabel. 2021. "Concepts of Power in Boundary Spanning Research: A Review and Research Agenda." *International Journal of Management Reviews* 23.

Damayanti, Poppi. 2021. "Pengembangan Humas Efektif Di Perguruan Tinggi." *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari* 3: 6–11.

Edwart. 2023. "On a System of Equations with General Fractional Derivatives Arising in Diffusion Theory." *Fractal and Fractional* 7: 518.

Engelhart, L Kurt. 2023. "Application Of Systems Theory To General Social Theory."

Fishbach, Ayelet, Catalina Kopetz, and Arie Kruglanski. 2023. "Introduction: The Principles of Goal Systems Theory." In , 1-C0P48.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York: Rinehart & Winston

Gutama, Rhiezky, and Tresna Wiwitan. 2023. "Komunikasi Pelayanan Humas Dinas Pendidikan Kota Bandung: Studi Deskriptif Data Kualitatif Customer Relationship Management Di Media Sosial Instagram Pada Akun @disdikbdg." *Bandung Conference Series: Public Relations* 3.

Hafni, Nurlaili, and Akhmad Zaini. (2019a). "Peran Public Relation Dalam Pembentukan Branding Institution Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta." *Tadris : Jurnal Penelitian dan Pemikiran Pendidikan Islam* 13: 67–77.

Hafni. (2019b). "Peran Public Relation Dalam Pembentukan Branding Institution Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta." *Tadris : Jurnal Penelitian dan Pemikiran Pendidikan Islam* 13: 67–77.

Hardani et al. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

Harmonis, Harmonis. 2022. "Evolusi Teori Sistem Dan Pengawasan Penyiaran 'Menurut Beberapa Pakar.'" *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 6: 89.

Hartini, tin. 2019. *Upaya Perhumas Dalam Meningkatkan Kompetensi Public Relations Tin Hartini*.

Hasanah, Umi Khulsum. 2022. "Analisis Manajemen Public Relations UNESCO Dalam Menetapkan Warisan Budaya Asal Negara Indonesia Umi Khulsum Hasanah 2001026110."

Heryana, Ade. 2021. *Teori Dan Jenis Sistem*.

Kriyantono, R. (2017). Teori public relations perspektif barat dan local: Aplikasi penelitian dan praktis. Jakarta: Prenada

Lestari, Rora. 2022. "Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pt. Kereta Api Divisi Regional Iii Palembang (PERSERO)."

Mardiah, L. (2020). Sistem Pelayanan Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Dalam Membangun Citra Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Melani, Rahmadanty, Arif Ernita, and Zetra Aidinil. 2020. "Fungsi Public Relations Sebagai Fasilitator Komunikasi Menjembatani Hubungan Antara Pemerintah Dan Masyarakat (Studi Kasus : Fenomena Desain Illuminati Pada Jam Gadang)." *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNAND Padang Pascasarjana FISIP UNAND, Jl. Situjuh No. 1, Padang- Sumbar*.

Miles, A.M. Huberman, and J. Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook.* London: SAGE Publications Inc.

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif / Lexy J.* 10th ed. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Mumuh. 2019. "Strategi Promosi Dan Komunikasi." *Universitas Terbuka* (June): 57–63.

Musyarrofah, M. (2018). Peran humas dalam pengembangan pendidikan tinggi. Jurnal Idaarah, 2(1), 293-304.

Nasution. 2012. *Metode Reseach Penelitian Ilmiah*. Edisi 4. Jakarta: Bumi Aksara.

Patrianti, Tria. 2020. "Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta." *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta* 1(1).

Permata, Arsih, Wulandari Pia, and Kriyantono Rachmat. 2020. "Evaluasi Manajemen Krisis Humas Perguruan Tinggi." *JURNAL HERITAGE* 8: 145–52.
Protin, Clarence. 2023. *A General Theory of Systems*.
Rohimi, Primi. 2018. "Kajian Public Relation Di Perguruan Tinggi Islam."
Rustandi, Dudi, and Leili Gustini. 2021. "Komunikasi Kehumasan Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial." *KOMVERSAL* 3: 72–89.
Safitri, Risky, Baby Risaldi, and Malinda Oktaviani. 2019. "Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai." *Jurnal Manajemen Motivasi* 15: 19.
Santosa, Sarah, and Roswita Oktavianti. 2023. "Berpikir Kreatif Humas Di Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Akun @Untarjakarta)." *Prologia* 7: 71–80.
Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations*. 9th ed. Jakarta: Kencana.
Setyanto, Yugih, and Paula Anggarina. 2015. *Humas Pada Perguruan Tinggi (Hubungan Dengan Media Pada Institusi Pendidikan)*.
Setyanto, Yugih, Paula Anggarina, and Anny Valentina. 2017. "Branding Yang Dilakukan Humas Pada Perguruan Tinggi Swasta." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1: 171.
Setyosari, Punaji. 2016. Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*.
Stratton, Samuel J. 2021. "Population Research: Convenience Sampling Strategies." *Prehospital and Disaster Medicine* 36(4): 373–74.
Suarka, Fanny et al. 2013. "Upaya Merancang Model Kehumasan Di Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pengembangan Humas Di Unud)." In , 225–28.
Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Susilowati, Susilowati, Dhefine Armelsa, and Duneti Duneti. 2022. "Strategi Hubungan Masyarakat Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI) Dalam Membentuk Citra Positif." *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3: 44–49.
Tzafestas, Spyros. 2022. "General Systems Theory and System Dynamics." In , 87–119.
Ulfatin, Nurul. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Bayumedia Publishing.
Zach, Lisl. 2006. "Using a Multiple–Case Studies Design to Investigate the Information-Seeking Behavior of Arts Administrators." *Library Trends* 55.
Zulkiflimansyah, Zulkiflimansyah, and Ahmad Yamin. 2023. "Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Di Kampus Vokasi UNRAM PDD Bima." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6: 3848–51.

Copyright holder:
Nike Virgawati Yuarko (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

