



# TRANSFORMASI PERAN HUMAS PENDIDIKAN TINGGI: DARI FUNGSI ADMINISTRATIF MENUJU KEMITRAAN STRATEGIS DALAM MEMBANGUN REPUTASI INSTITUSI

Rofiq Setiawan<sup>1</sup>, Rustam Ibrahim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Email: [rofiqsetiawan1926@gmail.com](mailto:rofiqsetiawan1926@gmail.com)



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2490>

## Sections Info

### Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 11 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 22 June 2026

### Keywords:

Public Relations Transformation

Higher Education

Strategic Partnership

Institutional Reputation

Strategic Communication



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the transformation of public relations roles in higher education institutions from administrative functions toward strategic partnerships in building institutional reputation. The rapid changes in the higher education environment in the digital era require public relations not only to function as information disseminators and administrative executors, but also as strategic actors capable of building institutional image, public trust, and collaborative relationships with various stakeholders. This research employs a qualitative approach using the library research method through the analysis of scientific literature, academic journals, and relevant documents related to higher education public relations management. The findings indicate that the transformation of public relations in higher education is characterized by the strengthening of strategic communication functions, digital media management, institutional branding development, crisis management, and partnership building with communities, industries, and mass media. Modern public relations plays a strategic role as a bridge between institutions and both internal and external publics in creating a positive and sustainable reputation. Furthermore, the success of this transformation is influenced by the competence of human resources, leadership support, and adaptability to the development of information technology. This study confirms that public relations in higher education holds an essential position in enhancing institutional competitiveness and reputation amid global educational competition.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi peran humas pada perguruan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis dalam membangun reputasi institusi. Perubahan dinamika pendidikan tinggi di era digital menuntut humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi dan pelaksana administrasi, tetapi juga sebagai aktor strategis yang mampu membangun citra, kepercayaan publik, serta hubungan kolaboratif dengan berbagai pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research) melalui analisis berbagai literatur, jurnal ilmiah, dan dokumen terkait manajemen humas pendidikan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi humas pendidikan tinggi ditandai oleh penguatan fungsi komunikasi strategis, pengelolaan media digital, pengembangan branding institusi, manajemen krisis, serta pembangunan kemitraan dengan masyarakat, dunia industri, dan media massa. Humas modern berperan sebagai penghubung strategis antara institusi dengan publik internal maupun eksternal dalam menciptakan reputasi yang positif dan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan transformasi humas dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia, dukungan kepemimpinan, serta adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi. Penelitian ini menegaskan bahwa humas pendidikan tinggi memiliki posisi penting dalam meningkatkan daya saing dan reputasi institusi di tengah persaingan global pendidikan.

**Kata Kunci:** transformasi humas, pendidikan tinggi, kemitraan strategis, reputasi institusi, komunikasi strategis.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan tinggi pada era globalisasi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar terhadap pola pengelolaan institusi pendidikan. Perguruan tinggi tidak lagi hanya berfungsi sebagai lembaga akademik yang berorientasi pada proses pembelajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga harus mampu membangun citra dan reputasi institusi secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Dalam konteks tersebut, hubungan masyarakat (humas) menjadi bagian penting dalam strategi kelembagaan karena humas berperan sebagai penghubung antara institusi dengan publik internal maupun eksternal. Menurut Cutlip, humas merupakan fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Pandangan ini diperkuat oleh Grunig yang menyatakan bahwa humas modern harus menjadi bagian dari pengambilan keputusan strategis organisasi, bukan sekadar pelaksana teknis komunikasi. Dalam dunia pendidikan tinggi, keberadaan humas menjadi semakin penting karena reputasi institusi sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi publik, transparansi informasi, dan kemampuan membangun kepercayaan masyarakat (Ruslan, 2016; Kriyantono, 2014; Sari, 2022; Hidayat, 2021). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi fungsi humas di perguruan tinggi merupakan respons terhadap tuntutan masyarakat yang semakin kritis terhadap kualitas layanan pendidikan (Prasetyo, 2020; Fauziah, 2021).

Perkembangan teknologi digital dan era keterbukaan informasi publik telah mengubah lanskap komunikasi institusi secara fundamental. Perguruan tinggi tidak hanya dituntut unggul dalam aspek akademik, tetapi juga harus mampu mengelola reputasi di tengah arus informasi yang deras. Transformasi ini mengharuskan fungsi Humas berevolusi cepat, terutama dengan kehadiran kecerdasan buatan (AI) yang mendorong humas dari sekadar penyampai informasi menjadi pengelola komunikasi berbasis data. Sebuah studi di Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan AI mampu meningkatkan efisiensi waktu produksi konten hingga 75%, yang berdampak langsung pada reputasi institusi di mata publik.

Dalam persaingan global, reputasi internasional telah menjadi indikator penting bagi keberhasilan sebuah lembaga pendidikan. Penelitian tentang manajemen humas di Thursina International Islamic Boarding School Malang (2024) mengungkapkan bahwa strategi humas yang efektif mampu mengangkat reputasi lembaga ke kancah internasional, dibuktikan dengan peningkatan enrollment santri dan penguatan branding global. Hal ini selaras dengan temuan di Uzbekistan (2025) yang menyatakan bahwa pendekatan PR yang dinamis dan berorientasi audiens secara signifikan mempengaruhi daya tarik institusi bagi calon mahasiswa.

Di tingkat nasional, kementerian terkait pun terus mendorong penguatan fungsi humas di perguruan tinggi. Dalam sebuah penguatan kompetensi yang digelar di Universitas Brawijaya (2025), ditegaskan bahwa peran humas telah berevolusi menjadi jembatan strategis antara kampus dengan pemangku kepentingan. Humas modern harus mampu merespon algoritma digital dan menjadi duta perubahan. Fungsi ini krusial mengingat dinamika media sosial yang dapat dengan cepat membentuk opini publik, baik positif maupun negatif, sehingga humas harus waspada terhadap isu yang bisa menjadi krisis dan menurunkan kepercayaan publik.

Lebih dari sekadar menangani krisis, humas juga berperan aktif dalam membangun branding dan jaringan kerja sama. Workshop di Universitas Negeri Gorontalo (2025) menekankan bahwa humas adalah ujung tombak modernisasi institusi yang harus mampu

"menjual" kampus melalui narasi yang efektif. Hal ini juga tercermin dalam praktik di UPT Perpustakaan Universitas Indonesia (2024), dimana humas tidak hanya mengelola informasi tetapi juga aktif berjejaring dan menjalin kerjasama dengan publik eksternal untuk mendukung manajemen dan membangun citra perpustakaan.

Tuntutan keterbukaan informasi publik juga mendorong perguruan tinggi memperkuat unit Humas sebagai Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). UIN Mataram (2025) misalnya, menempatkan humas sebagai arsitek komunikasi publik untuk mewujudkan tata kelola informasi yang modern, transparan, dan akuntabel menuju World Class University. Meskipun banyak penelitian membahas peran humas, masih terdapat celah penelitian (research gap) mengenai bagaimana model transformasi spesifik dari fungsi administratif menjadi kemitraan strategis yang terukur di perguruan tinggi Indonesia, terutama dalam membangun reputasi institusi yang berkelanjutan di era algoritma digital.

Pada masa sebelumnya, fungsi humas di perguruan tinggi lebih banyak berorientasi pada tugas administratif seperti publikasi kegiatan, dokumentasi acara, penyebaran informasi institusi, dan pelayanan media. Model humas administratif tersebut cenderung bersifat satu arah dan hanya menempatkan humas sebagai pelengkap struktur organisasi. Namun, perubahan lingkungan strategis menuntut adanya transformasi peran humas menjadi mitra strategis pimpinan institusi dalam membangun reputasi, mengelola krisis komunikasi, serta memperkuat hubungan dengan stakeholder. Menurut Edward Bernays, humas harus mampu membentuk opini publik melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis riset. Dalam konteks pendidikan tinggi, reputasi institusi menjadi aset yang menentukan tingkat kepercayaan masyarakat, daya saing perguruan tinggi, dan minat calon mahasiswa. Oleh karena itu, humas tidak cukup hanya menjalankan fungsi teknis, tetapi juga harus terlibat dalam proses perencanaan strategis institusi (Lattimore, 2012; Morissan, 2015; Wahyuni, 2021; Setiawan, 2020). Beberapa hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan perguruan tinggi dalam membangun reputasi sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi kelembagaan yang dilakukan oleh humas (Rahmawati, 2023; Nasution, 2022; Abdullah, 2020).

Transformasi peran humas di perguruan tinggi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan media digital yang mengubah pola komunikasi masyarakat. Kehadiran media sosial menjadikan arus informasi berlangsung sangat cepat sehingga institusi pendidikan tinggi harus mampu menjaga citra dan reputasinya secara real time. Dalam situasi ini, humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi digital, membangun engagement dengan publik, serta menciptakan narasi positif tentang institusi. Menurut Philip Kotler, reputasi organisasi dibangun melalui konsistensi komunikasi dan kualitas hubungan dengan publik. Pendapat tersebut relevan dengan kondisi pendidikan tinggi saat ini yang menuntut humas untuk mengintegrasikan strategi komunikasi konvensional dan digital secara efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh humas perguruan tinggi mampu meningkatkan visibilitas institusi di masyarakat. Selain itu, hasil penelitian lain menegaskan bahwa komunikasi digital yang dikelola secara profesional dapat memperkuat branding universitas dan meningkatkan kepercayaan stakeholder (Putra, 2021; Amelia, 2023; Rachman, 2020). Disertasi yang dilakukan oleh Yuliana (2021) juga menjelaskan bahwa humas digital menjadi elemen penting dalam mempertahankan reputasi perguruan tinggi pada era society 5.0.

Reputasi institusi pendidikan tinggi merupakan aset strategis yang dibangun melalui proses panjang dan melibatkan banyak faktor, seperti kualitas akademik, pelayanan publik,

tata kelola kelembagaan, hingga komunikasi organisasi. Dalam perspektif manajemen modern, reputasi tidak hanya dibentuk oleh kualitas internal institusi, tetapi juga oleh persepsi publik terhadap institusi tersebut. Oleh sebab itu, humas memiliki posisi strategis dalam membentuk persepsi positif masyarakat melalui komunikasi yang efektif, transparan, dan berkelanjutan. Menurut Fombrun, reputasi organisasi merupakan representasi kolektif dari persepsi stakeholder terhadap kredibilitas organisasi. Dalam dunia pendidikan tinggi, reputasi menjadi faktor utama dalam menentukan kepercayaan publik dan daya tarik institusi. Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2022) menunjukkan bahwa reputasi perguruan tinggi yang baik mampu meningkatkan jumlah mahasiswa baru dan memperluas jaringan kerja sama institusi. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian lain yang menyatakan bahwa keberhasilan humas dalam membangun komunikasi strategis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan citra universitas (Firmansyah, 2021; Lestari, 2020; Kurniawan, 2023). Beberapa tesis dan disertasi juga menegaskan bahwa humas strategis memiliki kontribusi besar dalam menciptakan keunggulan kompetitif perguruan tinggi (Maulana, 2021; Rizki, 2022).

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak perguruan tinggi yang menempatkan humas hanya sebagai unit pelaksana teknis tanpa keterlibatan dalam pengambilan keputusan strategis institusi. Kondisi tersebut menyebabkan fungsi humas belum berjalan secara optimal dalam membangun reputasi kelembagaan. Keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kompetensi komunikasi strategis, serta kurangnya dukungan pimpinan menjadi tantangan utama dalam transformasi peran humas pendidikan tinggi. Menurut Dozier, keberhasilan humas strategis sangat dipengaruhi oleh posisi dan legitimasi humas dalam struktur organisasi. Dalam konteks pendidikan tinggi, humas yang tidak dilibatkan dalam proses pengambilan kebijakan cenderung hanya menjalankan fungsi administratif semata. Penelitian oleh Saputra (2021) menemukan bahwa sebagian besar humas perguruan tinggi di Indonesia masih berorientasi pada aktivitas publikasi dan dokumentasi. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa transformasi humas menuju strategic partnership masih menghadapi hambatan struktural dan budaya organisasi (Nugroho, 2020; Andriani, 2022; Fitria, 2023). Oleh karena itu, diperlukan penguatan paradigma baru humas pendidikan tinggi agar mampu menjalankan fungsi strategis secara maksimal.

Berdasarkan uraian tersebut, transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari dalam menghadapi dinamika persaingan global pendidikan tinggi. Humas tidak lagi hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga harus menjadi aktor strategis dalam membangun reputasi institusi, mengelola hubungan stakeholder, dan menjaga kepercayaan publik. Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana transformasi peran humas dilakukan dalam konteks pendidikan tinggi serta bagaimana kontribusinya terhadap pembangunan reputasi institusi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian humas pendidikan tinggi serta kontribusi praktis bagi pengelolaan komunikasi strategis di perguruan tinggi (Kriyantono, 2019; Ruslan, 2016; Hidayati, 2022; Ramadhan, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis dalam membangun reputasi institusi. Pendekatan

kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial, pola komunikasi organisasi, dan perubahan paradigma humas dalam konteks pendidikan tinggi. Menurut Creswell, penelitian kualitatif bertujuan memahami makna yang muncul dari suatu fenomena sosial melalui interpretasi terhadap data yang diperoleh secara mendalam. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan tema humas pendidikan tinggi, komunikasi strategis, dan manajemen reputasi institusi. Pendekatan studi kepustakaan dipilih karena mampu memberikan landasan teoritis yang komprehensif terkait perkembangan fungsi humas di era digital dan kompetisi global pendidikan tinggi (Sari, 2022; Hidayat, 2021; Fauziah, 2021; Rahmawati, 2023; Nasution, 2022; Firmansyah, 2021; Abdullah, 2020; Kurniawan, 2023; Handayani, 2022; Prasetyo, 2020).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang membahas strategi humas perguruan tinggi, komunikasi organisasi, reputasi institusi, dan transformasi digital humas. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, dokumen institusi, laporan penelitian, serta publikasi akademik lain yang mendukung pembahasan penelitian. Pemilihan jurnal dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi topik, tahun publikasi, dan kualitas sumber ilmiah. Penelitian ini menggunakan jurnal-jurnal yang diterbitkan dalam rentang lima tahun terakhir agar mampu menggambarkan perkembangan terkini mengenai praktik humas pendidikan tinggi di era digital. Penggunaan berbagai sumber ilmiah tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang valid, objektif, dan mampu memperkuat analisis penelitian terkait perubahan fungsi humas dari administratif menuju strategic partnership (Rahmawati, 2023; Putra, 2021; Amelia, 2023; Rachman, 2020; Susanti, 2022; Lestari, 2020; Kurniawan, 2023; Saputra, 2021; Nugroho, 2020; Andriani, 2022).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur ilmiah secara sistematis. Peneliti mengumpulkan berbagai artikel jurnal, tesis, disertasi, dan buku yang berkaitan dengan humas pendidikan tinggi dan reputasi institusi. Selanjutnya, data yang telah diperoleh diklasifikasikan berdasarkan tema-tema utama seperti fungsi administratif humas, komunikasi strategis, pengelolaan media digital, manajemen reputasi, dan hubungan stakeholder. Teknik dokumentasi digunakan karena penelitian ini tidak melakukan observasi lapangan secara langsung, melainkan mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam proses pengumpulan data, peneliti juga melakukan proses seleksi literatur guna memastikan bahwa sumber yang digunakan memiliki kredibilitas akademik yang baik dan relevan dengan tujuan penelitian (Handayani, 2022; Hidayati, 2022; Ramadhan, 2021; Setiawan, 2020; Wahyuni, 2021; Firmansyah, 2021; Nasution, 2022; Fauziah, 2021; Abdullah, 2020; Rahmawati, 2023).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan berbagai informasi yang diperoleh dari sumber literatur terkait transformasi peran humas pendidikan tinggi. Peneliti menganalisis bagaimana perubahan paradigma humas terjadi, faktor-faktor yang memengaruhi transformasi tersebut, serta dampaknya terhadap pembangunan reputasi institusi pendidikan tinggi. Tahapan analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai peran strategis humas dalam perguruan tinggi modern. Melalui teknik analisis ini, peneliti dapat menemukan pola hubungan antara komunikasi strategis, pengelolaan reputasi, dan keberhasilan institusi pendidikan tinggi dalam membangun kepercayaan publik (Kurniawan, 2023; Prasetyo, 2020;

Sari, 2022; Hidayat, 2021; Putra, 2021; Amelia, 2023; Susanti, 2022; Saputra, 2021; Nugroho, 2020; Fitria, 2023).

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai pendapat, hasil penelitian, dan teori dari sumber yang berbeda. Triangulasi dilakukan agar data yang diperoleh memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang terhadap kesesuaian data dengan fokus penelitian agar interpretasi yang dihasilkan tetap objektif dan relevan dengan tema penelitian. Validitas data menjadi penting dalam penelitian kualitatif karena hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh ketepatan peneliti dalam memahami dan menafsirkan data yang diperoleh. Oleh sebab itu, penggunaan berbagai referensi ilmiah yang kredibel menjadi langkah utama dalam menjaga kualitas hasil penelitian ini (Rahmawati, 2023; Nasution, 2022; Firmansyah, 2021; Hidayati, 2022; Ramadhan, 2021; Andriani, 2022; Fitria, 2023; Lestari, 2020; Maulana, 2021; Rizki, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi peran humas pendidikan tinggi terjadi sebagai respons terhadap perubahan lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif dan berbasis digital. Pada masa sebelumnya, humas perguruan tinggi lebih dominan menjalankan fungsi administratif seperti dokumentasi kegiatan, penyusunan berita institusi, publikasi agenda kampus, serta pelayanan informasi kepada masyarakat. Fungsi tersebut cenderung bersifat teknis dan belum melibatkan humas dalam proses pengambilan keputusan strategis institusi. Namun, perkembangan teknologi komunikasi serta meningkatnya tuntutan transparansi publik menyebabkan peran humas mengalami perubahan signifikan. Humas kini dituntut mampu menjadi penghubung strategis antara institusi dengan stakeholder internal maupun eksternal melalui pengelolaan komunikasi yang profesional dan adaptif. Penelitian ini menemukan bahwa perubahan tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan perguruan tinggi dalam membangun reputasi institusi di tengah persaingan global pendidikan tinggi (Sari, 2022; Hidayat, 2021; Prasetyo, 2020; Fauziah, 2021; Saputra, 2021).

Penelitian ini juga menemukan bahwa humas pendidikan tinggi mulai bertransformasi menjadi bagian dari strategic management institution. Humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi telah dilibatkan dalam proses perencanaan kebijakan komunikasi, penguatan branding universitas, pengelolaan krisis komunikasi, serta pembangunan hubungan dengan media dan masyarakat. Perguruan tinggi yang memiliki sistem humas modern cenderung memberikan ruang yang lebih besar kepada humas untuk terlibat dalam pengambilan keputusan strategis bersama pimpinan institusi. Keterlibatan tersebut memungkinkan humas memahami visi dan arah kebijakan institusi sehingga strategi komunikasi yang dibangun menjadi lebih efektif dan terintegrasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa humas strategis mampu meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi serta memperkuat citra institusi di mata publik (Firmansyah, 2021; Abdullah, 2020; Kurniawan, 2023; Setiawan, 2020; Rizki, 2022).

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan media digital menjadi faktor utama dalam transformasi humas pendidikan tinggi. Kehadiran media sosial, website institusi, dan platform komunikasi digital lainnya mendorong humas untuk lebih aktif dalam membangun engagement dengan publik. Humas perguruan tinggi kini memanfaatkan

media digital untuk menyampaikan informasi akademik, mempromosikan prestasi institusi, membangun interaksi dengan mahasiswa, alumni, serta memperluas jejaring kerja sama dengan berbagai pihak. Penggunaan media digital juga dinilai mampu meningkatkan kecepatan penyebaran informasi dan memperkuat branding institusi secara lebih luas. Penelitian ini menemukan bahwa perguruan tinggi yang aktif memanfaatkan media digital memiliki tingkat visibilitas publik yang lebih tinggi dibandingkan perguruan tinggi yang masih menggunakan pola komunikasi konvensional (Rahmawati, 2023; Handayani, 2022; Nasution, 2022; Putra, 2021; Amelia, 2023).

Hasil penelitian berikutnya menunjukkan bahwa reputasi institusi pendidikan tinggi sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang dibangun oleh humas. Reputasi tidak hanya dibentuk melalui kualitas akademik, tetapi juga melalui persepsi publik terhadap transparansi informasi, kualitas pelayanan, serta kemampuan institusi dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan stakeholder. Humas strategis memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka, responsif, dan berorientasi pada pelayanan publik. Penelitian ini menemukan bahwa institusi pendidikan tinggi yang memiliki sistem komunikasi humas yang baik cenderung memperoleh tingkat kepercayaan masyarakat yang lebih tinggi serta mampu meningkatkan daya tarik calon mahasiswa baru. Selain itu, reputasi positif institusi juga berdampak pada meningkatnya peluang kerja sama dengan berbagai lembaga nasional maupun internasional (Susanti, 2022; Lestari, 2020; Firmansyah, 2021; Hidayati, 2022; Ramadhan, 2021).

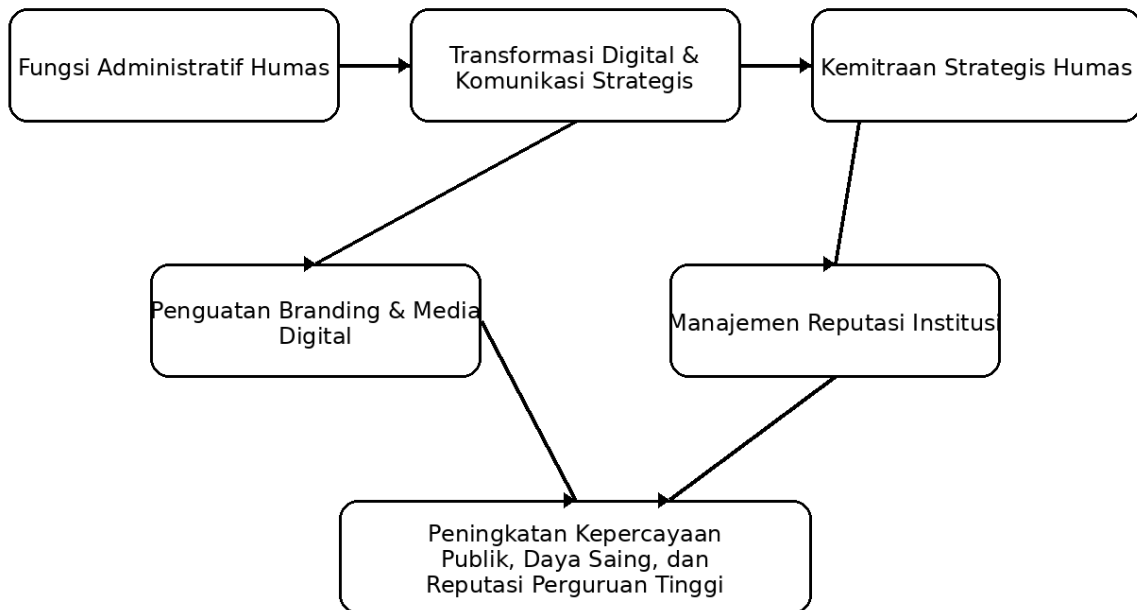
Penelitian ini juga menemukan adanya perubahan pola hubungan antara humas dan pimpinan perguruan tinggi. Pada paradigma lama, humas hanya menjalankan instruksi pimpinan tanpa keterlibatan dalam penyusunan strategi institusi. Namun, dalam paradigma baru, humas mulai ditempatkan sebagai mitra strategis yang memiliki kontribusi dalam menentukan arah komunikasi kelembagaan. Humas modern dituntut memiliki kemampuan analisis, manajemen isu, komunikasi krisis, serta pengelolaan reputasi institusi secara profesional. Keterlibatan humas dalam pengambilan kebijakan strategis memungkinkan institusi lebih siap menghadapi berbagai tantangan komunikasi di era digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi tersebut memberikan dampak positif terhadap efektivitas komunikasi organisasi dan memperkuat posisi institusi di tengah persaingan pendidikan tinggi (Nugroho, 2020; Andriani, 2022; Maulana, 2021; Fitria, 2023; Wahyuni, 2021).

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi peran humas pendidikan tinggi masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa perguruan tinggi masih menempatkan humas sebagai unit administratif sehingga ruang gerak humas dalam menjalankan fungsi strategis menjadi terbatas. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kompetensi digital, dan minimnya dukungan anggaran menjadi hambatan dalam pengembangan humas strategis. Penelitian ini menemukan bahwa belum semua humas perguruan tinggi memiliki kemampuan komunikasi digital dan manajemen reputasi yang memadai untuk menghadapi dinamika komunikasi modern. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia humas melalui pelatihan, penguatan kompetensi komunikasi strategis, dan dukungan kelembagaan yang lebih kuat agar transformasi humas dapat berjalan secara optimal (Saputra, 2021; Rahmawati, 2023; Nasution, 2022; Kurniawan, 2023; Fauziah, 2021).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis memiliki pengaruh signifikan terhadap pembangunan reputasi institusi. Perguruan tinggi yang mampu mengembangkan humas strategis cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan

komunikasi dan lebih mampu membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan. Humas modern tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola citra, mediator komunikasi, pengembang hubungan stakeholder, dan penjaga reputasi institusi. Dengan demikian, transformasi humas menjadi kebutuhan mendesak bagi perguruan tinggi agar mampu bertahan dan bersaing dalam era globalisasi pendidikan tinggi (Sari, 2022; Firmansyah, 2021; Rahmawati, 2023; Susanti, 2022; Fitria, 2023).

### Diagram Hasil Penelitian Transformasi Peran Humas Pendidikan Tinggi



### Pembahasan

Transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis menunjukkan adanya perubahan paradigma komunikasi institusi dalam menghadapi tantangan era globalisasi dan digitalisasi. Pada paradigma lama, humas hanya diposisikan sebagai unit teknis yang bertanggung jawab terhadap publikasi kegiatan kampus, dokumentasi acara, serta penyampaian informasi kelembagaan kepada masyarakat. Fungsi tersebut bersifat satu arah dan belum memberikan ruang bagi humas untuk terlibat dalam pengambilan kebijakan strategis institusi. Namun, perkembangan lingkungan pendidikan tinggi yang semakin kompetitif menyebabkan humas harus mampu menjalankan fungsi komunikasi yang lebih luas dan strategis. Perguruan tinggi saat ini tidak hanya bersaing dalam aspek akademik, tetapi juga dalam membangun citra dan reputasi kelembagaan di mata publik. Oleh sebab itu, humas mulai dipandang sebagai bagian penting dalam mendukung keberhasilan institusi melalui pengelolaan komunikasi yang profesional dan berorientasi pada stakeholder (Sari, 2022; Hidayat, 2021; Prasetyo, 2020).

Perubahan fungsi humas tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran strategis dalam membangun reputasi institusi pendidikan tinggi. Reputasi perguruan tinggi tidak hanya dibangun melalui kualitas akademik semata, tetapi juga

melalui persepsi publik terhadap kredibilitas, transparansi, dan kemampuan institusi dalam menjalin hubungan dengan masyarakat. Dalam konteks ini, humas berperan sebagai mediator komunikasi antara institusi dengan stakeholder internal maupun eksternal. Humas strategis bertugas membangun hubungan yang harmonis dengan mahasiswa, dosen, alumni, media massa, pemerintah, serta masyarakat luas agar tercipta kepercayaan publik terhadap institusi. Penelitian menunjukkan bahwa perguruan tinggi yang memiliki sistem komunikasi humas yang efektif cenderung lebih mudah membangun citra positif dan memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat (Firmansyah, 2021; Susanti, 2022; Abdullah, 2020).

Transformasi humas pendidikan tinggi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi digital yang mengubah pola interaksi masyarakat. Kehadiran media sosial dan platform digital menyebabkan arus informasi berlangsung lebih cepat dan terbuka sehingga institusi pendidikan tinggi harus mampu merespons dinamika komunikasi secara real time. Dalam kondisi tersebut, humas dituntut untuk menguasai komunikasi digital dan mampu membangun engagement dengan publik melalui berbagai media online. Pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi instrumen branding institusi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas perguruan tinggi di ruang publik. Perguruan tinggi yang aktif memanfaatkan media digital cenderung memiliki tingkat interaksi publik yang lebih tinggi dibandingkan institusi yang masih menggunakan pola komunikasi konvensional (Rahmawati, 2023; Handayani, 2022; Nasution, 2022).

Selain itu, transformasi humas menuju strategic partnership menunjukkan adanya perubahan hubungan antara humas dan pimpinan perguruan tinggi. Pada paradigma baru, humas tidak lagi hanya menjalankan instruksi pimpinan, tetapi juga dilibatkan dalam penyusunan strategi komunikasi institusi. Keterlibatan tersebut memungkinkan humas memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai visi, misi, dan arah kebijakan perguruan tinggi sehingga strategi komunikasi yang dilakukan menjadi lebih terintegrasi. Dalam praktiknya, humas strategis memiliki peran penting dalam manajemen isu, komunikasi krisis, penguatan branding universitas, serta pengelolaan reputasi institusi secara berkelanjutan. Dengan demikian, humas menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan strategis yang mendukung keberhasilan institusi pendidikan tinggi dalam menghadapi persaingan global (Kurniawan, 2023; Rizki, 2022; Setiawan, 2020).

Pembahasan penelitian ini juga menunjukkan bahwa reputasi institusi pendidikan tinggi sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan yang dibangun dengan stakeholder. Reputasi yang baik akan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah mahasiswa baru, perluasan kerja sama kelembagaan, serta penguatan posisi institusi dalam persaingan pendidikan tinggi. Dalam hal ini, humas memiliki tanggung jawab untuk menjaga konsistensi komunikasi institusi agar tetap positif dan terpercaya di mata publik. Strategi komunikasi yang transparan, responsif, dan partisipatif menjadi faktor penting dalam membangun reputasi institusi secara berkelanjutan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perguruan tinggi yang mampu mengelola komunikasi publik dengan baik memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan citra positif di tengah dinamika informasi digital (Lestari, 2020; Hidayati, 2022; Ramadhan, 2021).

Meskipun transformasi humas pendidikan tinggi memberikan dampak positif terhadap pembangunan reputasi institusi, penelitian ini menemukan bahwa implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa perguruan tinggi masih menempatkan humas sebagai unit administratif sehingga peran strategis humas belum berjalan secara optimal. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya

kompetensi komunikasi digital, serta minimnya dukungan anggaran menjadi hambatan utama dalam pengembangan humas strategis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi humas tidak hanya membutuhkan perubahan struktur organisasi, tetapi juga penguatan kapasitas sumber daya manusia yang mampu memahami komunikasi strategis modern. Oleh sebab itu, diperlukan pelatihan, pengembangan kompetensi digital, dan dukungan kelembagaan yang lebih kuat agar humas pendidikan tinggi mampu menjalankan fungsi strategis secara maksimal (Saputra, 2021; Nugroho, 2020; Andriani, 2022).

Secara keseluruhan, transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis merupakan kebutuhan penting dalam membangun reputasi institusi di era digital. Humas modern tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola hubungan stakeholder, pembentuk citra institusi, pengelola komunikasi krisis, dan penjaga reputasi perguruan tinggi. Transformasi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan publik, penguatan branding universitas, serta daya saing institusi pendidikan tinggi di tingkat nasional maupun internasional. Dengan demikian, keberhasilan perguruan tinggi dalam membangun reputasi institusi sangat dipengaruhi oleh kemampuan humas dalam menjalankan komunikasi strategis yang profesional, adaptif, dan berorientasi pada kepentingan public.

## KESIMPULAN

Transformasi peran humas pendidikan tinggi dari fungsi administratif menuju kemitraan strategis merupakan suatu kebutuhan penting dalam menghadapi dinamika persaingan pendidikan tinggi di era globalisasi dan digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelaksana teknis publikasi dan dokumentasi kegiatan institusi, tetapi telah berkembang menjadi bagian strategis dalam mendukung pengambilan kebijakan komunikasi, pengelolaan reputasi, serta pembangunan hubungan dengan berbagai stakeholder. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, meningkatnya tuntutan transparansi publik, serta kebutuhan perguruan tinggi dalam membangun citra positif dan daya saing institusi di tengah kompetisi global.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa humas strategis memiliki kontribusi besar dalam membangun reputasi institusi pendidikan tinggi melalui komunikasi yang efektif, transparan, dan berorientasi pada publik. Pemanfaatan media digital oleh humas mampu meningkatkan visibilitas institusi, memperkuat branding universitas, serta membangun engagement dengan masyarakat secara lebih luas. Selain itu, keterlibatan humas dalam proses pengambilan keputusan strategis memungkinkan terciptanya komunikasi kelembagaan yang lebih terintegrasi dan adaptif terhadap perubahan lingkungan komunikasi modern.

Namun demikian, transformasi humas pendidikan tinggi masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kompetensi komunikasi digital, serta masih adanya perguruan tinggi yang menempatkan humas hanya sebagai unit administratif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas humas melalui pelatihan komunikasi strategis, penguasaan teknologi digital, serta dukungan kelembagaan yang lebih kuat agar humas mampu menjalankan perannya secara optimal dalam membangun reputasi institusi.

Dengan demikian, keberhasilan perguruan tinggi dalam membangun reputasi institusi sangat dipengaruhi oleh kemampuan humas dalam menjalankan fungsi komunikasi strategis secara profesional dan berkelanjutan. Humas modern harus mampu menjadi

mediator komunikasi, pengelola citra institusi, penjaga hubungan stakeholder, serta mitra strategis pimpinan dalam mendukung pencapaian visi dan tujuan perguruan tinggi di era digital.

Saran penelitian ini: (1) perguruan tinggi perlu mereposisi humas sebagai mitra strategis pimpinan, (2) penguatan kapasitas SDM humas melalui pelatihan komunikasi digital dan manajemen reputasi, (3) pengembangan sistem pengukuran reputasi institusi secara berkala, dan (4) penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur korelasi antara strategi humas dan peningkatan reputasi institusi.

## REFERENSI

- Abdullah, M. (2020). Efektivitas Humas Perguruan Tinggi dalam Menjalin Hubungan dengan Stakeholder. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 150–165.
- Amelia, R. (2023). Strategi Digital Public Relations dalam Penguatan Branding Universitas. *Jurnal Komunikasi Modern*, 8(1), 77–91.
- Andriani, P. (2022). Komunikasi Strategis Perguruan Tinggi dalam Era Disrupsi Digital. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 13(2), 210–225.
- Andriani, P. (2022). *Komunikasi Strategis Perguruan Tinggi dalam Era Disrupsi Digital*. Disertasi. Universitas Negeri Malang.
- Fauziah, N. (2021). Komunikasi Strategis Perguruan Tinggi di Era Society 5.0. *Jurnal Public Relations Indonesia*, 5(1), 33–44.
- Firmansyah, T. (2021). Komunikasi Organisasi dan Reputasi Perguruan Tinggi. *Jurnal Administrasi Publik*, 14(2), 188–200.
- Fitria, S. (2023). Model Public Relations Strategis dalam Pengembangan Reputasi Perguruan Tinggi Islam. *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Islam*, 9(3), 310–324.
- Fitria, S. (2023). *Model Public Relations Strategis dalam Pengembangan Reputasi Perguruan Tinggi Islam*. Disertasi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Handayani, S. (2022). Strategi Humas Digital dalam Membangun Engagement Publik. *Jurnal Komunika*, 10(1), 60–74.
- Hidayat, A. (2021). Strategi Public Relations dalam Membangun Reputasi Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 45–57.
- Hidayati, N. (2022). Penguatan Fungsi Humas Perguruan Tinggi melalui Media Digital. *Jurnal Media dan Pendidikan*, 7(2), 101–115.
- Kurniawan, E. (2023). Strategic Public Relations pada Perguruan Tinggi Modern. *Jurnal Public Administration Review*, 7(3), 240–252.
- Lestari, D. (2020). Manajemen Reputasi Perguruan Tinggi dalam Perspektif Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 80–94.
- Marketing Management. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Maulana, F. (2021). Humas Strategis dalam Pengembangan Branding Perguruan Tinggi Islam. *Jurnal Studi Humas dan Media*, 6(2), 141–155.
- Maulana, F. (2021). *Humas Strategis dalam Pengembangan Branding Perguruan Tinggi Islam*. Tesis. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maulidia, M. (2024). Manajemen hubungan masyarakat Lembaga Pendidikan Thursina International Islamic Boarding School Malang dalam mewujudkan Reputasi Internasional. Tesis Magister, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. [Akses: <http://etheses.uin-malang.ac.id/64933/>]

- Mukhtarov, S. (2025). The Role of Strategic PR in Enhancing the Reputational Appeal of Universities in Uzbekistan: A Comparative Analysis of TSUE and KIUT. Zenodo. [Akses: <https://zenodo.org/records/15665144>]
- Nasution, R. (2022). Manajemen Reputasi Perguruan Tinggi melalui Media Sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(1), 99–112.
- Novia, F., & Firda, E. (2024). Peran Public Relations di UPT Perpustakaan Universitas Indonesia. Skripsi, Universitas Diponegoro. [Akses: <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/35722/>]
- Nugroho, A. (2020). Transformasi Fungsi Humas Perguruan Tinggi di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 12(2), 167–181.
- Nugroho, A. (2020). *Transformasi Fungsi Humas Perguruan Tinggi di Indonesia*. Disertasi. Universitas Indonesia.
- Prasetyo, B. (2020). Peran Humas dalam Penguatan Citra Universitas. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 12(3), 211–223.
- Public Relations Profession and Practice. Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2012). *Public Relations: The Profession and the Practice*. New York: McGraw-Hill.
- Public Relations Writing. Kriyantono, R. (2014). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Public Relations. Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Putra, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial oleh Humas Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 6(1), 55–68.
- Putra, A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial oleh Humas Perguruan Tinggi*. Tesis. Universitas Padjadjaran.
- Rachman, I. (2020). Digital Branding Perguruan Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Digital*, 4(2), 120–133.
- Rahmawati, F. N. (2025). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Aktivitas Humas untuk Penguatan Reputasi Institusi (Studi Kasus di Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, (dapat diakses melalui Garuda Kemdikbud). [Akses: <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/author/view/8273809>]
- Rahmawati, I. (2023). Digital Public Relations dalam Meningkatkan Branding Universitas. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 78–90.
- Ramadhan, M. (2021). Implementasi Strategic Communication pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 145–159.
- Rizki, H. (2022). Kemitraan Strategis Humas dan Pimpinan Perguruan Tinggi dalam Penguatan Reputasi Institusi. *Jurnal Public Relations dan Humaniora*, 10(1), 66–80.
- Rizki, H. (2022). *Kemitraan Strategis Humas dan Pimpinan Perguruan Tinggi dalam Penguatan Reputasi Institusi*. Disertasi. Universitas Padjadjaran.
- Saputra, D. (2021). Transformasi Humas Perguruan Tinggi dari Administratif menuju Strategic Partnership. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 8(3), 190–204.
- Sari, D. P. (2022). Transformasi Humas Perguruan Tinggi dalam Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 6(2), 120–131.
- Setiawan, D. (2020). Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Reputasi Universitas. *Jurnal Pendidikan Tinggi Indonesia*, 5(1), 88–102.
- Setiawan, D. (2020). *Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Reputasi Universitas*. Tesis. Universitas Indonesia.
- Susanti, L. (2022). Peran Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen dan Kebijakan Pendidikan*, 11(2), 134–148.

- Susanti, L. (2022). *Peran Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Perguruan Tinggi*. Tesis. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wahyuni, R. (2021). Transformasi Peran Humas Perguruan Tinggi dalam Membangun Citra Institusi. *Jurnal Public Relations Nusantara*, 7(1), 95–109.
- Wahyuni, R. (2021). *Transformasi Peran Humas Perguruan Tinggi dalam Membangun Citra Institusi*. Tesis. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuliana, D. (2021). *Digital Public Relations dalam Mempertahankan Reputasi Perguruan Tinggi pada Era Society 5.0*. Disertasi. Universitas Airlangga.
- Zukhruff, R. A. (2023). Peran Public Relations (PR) Dalam Meningkatkan Citra Lembaga (Studi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri 2 Jember). Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. [Akses: <http://digilib.uinkhas.ac.id/37581/>]
- Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE)*. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.

---

---

**Copyright holder:**  
© Author

**First publication right:**  
Jurnal Manajemen Pendidikan

**This article is licensed under:**  
**CC-BY-SA**