



## Systematic Review: Strategi Humas Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Citra dan Reputasi melalui Media Sosial

Aan Fardani Ubaidillah, Luthfi Maulida Rochmah\*, Ahmad Yusuf Sobri

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: luthfi.maulida.2301328@students.um.ac.id

### Abstract

This research is a systematic review which aims to analyze Public Relations (PR) strategies in higher education in improving their image and reputation through social media. In this article, researchers conducted an in-depth review of various previous research articles indexed nationally and internationally to identify strategies used by higher education public relations. The results of this research reveal a comprehensive picture of effective strategies in building a positive image and reputation through social media. Some strategies that are often implemented involve creative content management, active interaction with the audience, conceptualized branding campaigns and the use of different social media platforms according to specific communication goals. Active involvement on social media has also been proven to play an important role in forming positive perceptions of higher education. The conclusions of this research can provide guidance for higher education public relations practitioners in developing and implementing effective communication strategies via social media with the aim of improving the image and reputation of educational institutions. This research provides valuable insights for the development of PR practitioners in the context of higher education in the digital era.

**Keywords:** Higher Education Public Relation; Image and Reputation; Social Media

### Abstrak

Penelitian ini merupakan suatu tinjauan sistematis yang bertujuan untuk menganalisis strategi Hubungan Masyarakat (Humas) di perguruan tinggi dalam meningkatkan citra dan reputasinya melalui media sosial. Dalam artikel ini, peneliti melakukan tinjauan mendalam terhadap berbagai artikel penelitian terdahulu yang terindeks secara nasional maupun internasional untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh Humas perguruan tinggi. Hasil penelitian ini mengutarakan gambaran yang komprehensif tentang strategi yang efektif dalam membangun citra dan reputasi positif melalui media sosial. Beberapa strategi yang sering diimplementasikan melibatkan pengelolaan konten kreatif, interaksi aktif dengan audiens, kampanye branding yang terkonsep dan pemanfaatan platform media sosial yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasi tertentu. Keterlibatan aktif di media sosial juga terbukti berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap perguruan tinggi. Kesimpulan dari penelitian ini dapat memberikan panduan bagi praktisi Humas perguruan tinggi dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial dengan tujuan meningkatkan citra dan reputasi institusi pendidikan. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan praktisi Humas dalam konteks perguruan tinggi di era digital.

**Kata kunci:** Humas Perguruan Tinggi; Citra dan Reputasi; Media Sosial

### 1. Pendahuluan

Lembaga pendidikan tinggi merupakan sektor yang terus berkembang, dimana perguruan tinggi menjadi pusat penyediaan ilmu pengetahuan, pengembangan keterampilan, pengabdian dan penelitian. Pada era yang semakin digital, banyak organisasi atau sebuah lembaga, termasuk institusi pendidikan tinggi memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari

upaya menjalin komunikasi yang sangat dinamis dan luas. Media sosial merupakan sekumpulan aplikasi yang berbasis internet, dibangun di atas ideologi web 2.0 dengan memanfaatkan teknologi untuk memungkinkan pengguna menciptakan serta membagikan konten yang telah dibuat oleh masing-masing individu (Kurniawan et al, 2022). Dari tahun ke tahun, populasi pengguna media sosial terus mengalami peningkatan. Hingga pada tahun 2021 tercatat pengguna media sosial mencapai 3,02 miliar orang. Hal ini penting bagi komunikator dan pelaku hubungan masyarakat untuk memahami cara berinteraksi dengan audiens melalui media sosial. Seringkali, keberhasilan suatu inisiatif diukur melalui keterlibatan sosial yang juga berfungsi sebagai interface antara lembaga atau organisasi.

Melihat peluang tersebut, perguruan tinggi melalui Hubungan Masyarakat (Humas) secara aktif mengikuti perkembangan dan memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan citra dan reputasinya serta menjalin hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, mahasiswa, calon mahasiswa, alumni dan masyarakat umum. Menjalinkan hubungan dengan berbagai kalangan sangat penting karena dapat memberikan kontribusi modal sosial yang berdampak positif pada penciptaan keunggulan kompetitif bagi perguruan tinggi (Suteki, 2021).

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perguruan tinggi, diperlukan hubungan yang harmonis dan intens agar tercipta persepsi positif dari masyarakat. Humas dapat dianggap sebagai seni yang mampu menciptakan pemahaman masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap suatu lembaga. Sebagai suatu seni, humas merupakan proses berkelanjutan yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan pemahaman yang lebih luas dari public. Oleh karena itu, keberadaan humas sangat penting dalam sebuah lembaga, terutama jika lembaga tersebut terus berinteraksi dan bersinggungan dengan masyarakat. Humas memainkan peran penting dalam menjembatani hubungan dan menciptakan ketersalingan pengertian antara lembaga dan masyarakat (Rizky et al, 2021).

Demi mewujudkan tujuan tersebut, Humas perlu memiliki strategi sebagai cara yang efektif untuk mencapai tujuan. Strategi sangat penting karena mencakup metode untuk menerapkan berbagai ide tentang perencanaan aktivitas kehumasan di lapangan. Selain itu, strategi juga melibatkan cara mengidentifikasi faktor-faktor yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan rencana. Sehingga kegiatan kehumasan dapat berjalan dengan lancar dan tujuan yang telah disepakati bersama dapat tercapai secara efektif.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, penyelenggaraan pelayanan publik harus berlandaskan pada kepentingan umum, kepastian hukum, kesetaraan hak dan kewajiban, profesionalisme, transparansi, akuntabilitas, ketepatan waktu, kecepatan, kemudahan, keterjangkauan, partisipasi publik, persamaan perlakuan, dan tidak diskriminatif. Strategi manajemen humas juga penting untuk diterapkan di perguruan tinggi. Untuk meningkatkan kerja sama dan pemenuhan beberapa aspek tertentu secara bersamaan, institusi harus membuat rencana manajemen humas yang baik. Strategi ini memungkinkan komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat. Ini menunjukkan betapa pentingnya memiliki staf humas dalam suatu organisasi atau lembaga (Smith, 2020).

Fungsi Humas didefinisikan oleh Edwin Emery sebagai upaya organisasi dan terencana dari sebuah organisasi untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai publiknya (Jannah, 2020). Oleh sebab itu, fokus humas berada pada fungsi manajemen serta perannya dalam membangun komunikasi dua arah antara lembaga

organisasi dan masyarakat sekitar, yang mendorong kemauan dan pemahaman yang lebih baik dalam relasi universitas yang terhubung. Agar universitas memiliki reputasi yang baik di mata publik, kerja sama yang baik antara lembaga dan masyarakat juga harus diperhatikan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti merasa perlu menuliskan hasil analisis strategi Humas yang bisa diimplementasikan di perguruan tinggi untuk meningkatkan citra dan reputasi melalui media sosial.

## 2. Metode

Penelitian ini mengumpulkan data melalui metode Systematic Literature Review (SLR). Proses ini melibatkan analisis manuskrip hasil riset yang diakses melalui Google Scholar, yang mencakup sumber-sumber terindeks baik secara nasional maupun internasional dalam lima tahun terakhir. Aplikasi Publish or Perish digunakan untuk merangkum berbagai hasil penelitian guna menjawab pertanyaan penelitian. Langkah-langkah dalam SLR kualitatif adalah sebagai berikut: (1) memformulasikan pertanyaan penelitian, (2) melakukan pencarian literatur, (3) melakukan seleksi artikel, (4) melakukan analisis temuan kualitatif, (5) emberlakukan kendali mutu dan (6) menyusun laporan akhir. Langkah analisis ini diterapkan pada judul-judul artikel yang merupakan hasil dari seleksi (Indriani et al, 2022). Adapun aspek pembahasan dibatasi pada lingkup: (a) hubungan antara manajemen humas dengan pencapaian akademik, (b) bagaimana citra dan reputasi mempengaruhi penerimaan mahasiswa, pendanaan dan kolaborasi penelitian, (c) strategi manajemen humas dalam menangani isu kontroversi, krisis informasi dan miskomunikasi, (d) pemanfaatan media sosial dan platform online untuk memperkuat citra dan reputasi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Hasil

Menurut Dozier dan James dalam (Fathurrochman et al., 2020) Salah satu peran humas dalam sebuah organisasi adalah sebagai penasihat ahli. Dalam kapasitas ini, humas harus mengidentifikasi masalah, merancang rencana program, dan bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan program komunikasi. Humas atau hubungan masyarakat adalah kegiatan komunikasi dua arah antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal. Tujuannya adalah untuk mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi dengan cara meningkatkan kerja sama dan memenuhi kepentingan bersama, berdasarkan pemahaman dan kepercayaan timbal balik. Sebagian besar organisasi besar memiliki staf humas sendiri, dan terkadang lebih dari satu karyawan. Akibatnya, untuk memenuhi tugas dan tanggung jawabnya dalam mendukung kegiatan perguruan tinggi, humas harus memiliki manajemen komunikasi yang baik (Nurdin & Zulaikha, 2020).

John E. Marston membatasi *public relation* dalam dua kategori: *public relation* umum dan *public relation* khusus. *Public Relation* adalah seni bagi sebuah organisasi untuk disukai dan dihormati oleh anggota, konsumen, dan hal lain yang memiliki hubungan dengannya. Namun, dalam arti umum, dikatakan bahwa *Public Relation* itu terencana, komunikasi persuasive, dan didesain untuk mempengaruhi publik tertentu. (Renggo, Najih, & Qorib, 2021). Pendidikan merupakan elemen krusial dalam penegakan hak asasi manusia. Setiap negara menggunakan hak-hak ini untuk mencapai tujuan dan prinsip yang menjadi dasar identitasnya. Indonesia adalah salah satu negara yang mengakui pentingnya hak asasi manusia dalam konteks pendidikan. Pendidikan dianggap sebagai area investasi terbesar dalam pembentukan

manusia secara menyeluruh (*insan kamil*). Proses pendidikan diyakini memiliki potensi untuk menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas. (Winarto et al, 2023).

Pada masa reformasi, perguruan tinggi Indonesia masih menghadapi masalah yang sangat rumit. Terdapat beragam permasalahan yang diajukan, termasuk intervensi birokrasi pemerintah dalam manajemen perguruan tinggi, biaya pendidikan yang tidak terjangkau bagi siswa kurang mampu, kualitas riset dan publikasi yang rendah, serta kekurangan dalam pembangunan budaya akademik. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus menunjukkan profil yang mencerminkan kualitas personal, sosial, dan profesional dalam kinerja mereka (Amiruddin, et al, 2021). Hubungan yang ada antara satuan pendidikan yang didirikan sebelumnya dan penyelenggara pendidikan seringkali digambarkan sebagai subordinatif, bukan koordinatif. Ini menunjukkan bahwa satuan pendidikan dianggap lebih rendah. Selain itu, ada beberapa individu yang bahkan diperlakukan seperti obyek hukum, meskipun mereka tidak memiliki wewenang mengelola yang signifikan. Meskipun ada beberapa individu yang merasa sangat dilindungi oleh satuan pendidikan, meskipun mereka adalah bawahan. Untuk menjadikan institusi pendidikan sebagai entitas hukum, mereka harus diberikan hak dan kewajiban penuh seperti orang Merdeka (Syakur & Panuju, 2020).

Membangun fungsi manajemen dan mempertahankan hubungan yang baik dan menguntungkan antara lembaga pendidikan dan organisasi publik lainnya adalah tugas humas. Kesuksesan atau kegagalan organisasi dipengaruhi oleh hubungan ini. Dalam bidang *public relation*, ada dua fungsi komunikasi yang saling terkait. Ini didasarkan pada definisi Grunig, yang menyatakan bahwa *public relation* adalah manajemen komunikasi antara organisasi dan masyarakatnya (Zebua, 2023). Dalam hal manajemen komunikasi, itu mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi organisasi untuk publik dan internal. Dalam hal ini, publik juga disebut sebagai kelompok yang berdampak pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya. Public relations juga bekerja pada tingkat manajemen dalam fungsi manajemen komunikasi ini, bertanggung jawab untuk merencanakan dan membuat strategi komunikasi (Holmes et al., 2019). Namun, sistem komunikasi organisasi mengatur cara semua hal berkomunikasi dengan atasan dan bawahan. Dalam melakukan kegiatan komunikasi tersebut, para praktisi *public relation* juga membutuhkan suatu medium, terutama media masa, untuk menyampaikan informasi organisasi kepada orang lain dan untuk mengumpulkan pendapat publik tentang organisasi.

Dalam sumber yang berbeda, Cuttip dan Center juga menjelaskan tentang fungsi dari hubungan masyarakat, diantaranya adalah (Iqbal, 2023):

- a. Dalam ranah internal, fokus utama *public relation* adalah memperkuat serta menjaga hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara manajemen dan karyawan. Hal ini dianggap sebagai pondasi kesuksesan suatu organisasi.
- b. Dalam wewenang pubilitas, humas menyiapkan informasi yang dapat diambil oleh media lain. Informasi yang diambil media melalui humas memiliki keunggulan berita tertentu. Penempatan pesan di media melalui metode ini tidak dapat diatur karena sumber informasi tidak membayar media untuk menyebarkan informasi.
- c. Dalam hal periklanan, humas memanfaatkan fungsi ini untuk mencapai khalayak yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada konsumen yang menjadi target pemasaran. Sponsor tertentu, yang dapat diidentifikasi, memiliki tanggung jawab untuk

mendistribusikan informasi di media dan membayar untuk ruang dan waktu yang dialokasikan untuk hal tersebut. Ini adalah pendekatan terkontrol untuk mendistribusikan pesan di media ini.

- d. Humas sebagai press agentry, merupakan praktik menciptakan berita dan peristiwa menonjol untuk memikat minat media dan menarik perhatian publik. Beberapa praktisi humas terkadang memanfaatkan taktik press agentry untuk menarik perhatian media terhadap klien, organisasi, atau tujuan yang mereka wakili. Namun, *Public Relation* adalah lebih dari sekedar bisnis media.
- e. Fungsi pengurusan publik, merupakan bagian spesifik dari humas yang bertujuan membangun serta menjaga hubungan antara organisasi/pemerintah/lembaga dengan masyarakat dan bertujuan memengaruhi kebijakan public.
- f. Humas sebagai pengarah. Hal ini merupakan aspek lain dari humas yang fokusnya adalah membina serta memelihara Kerjasama dengan pemerintah, khususnya dalam upaya memengaruhi pembentukan dan penyempurnaan undang-undang serta regulasi yang berlaku.
- g. Humas berperan sebagai pengelola masalah. Disini humas berlaku proaktif untuk mengantisipasi, mengidentifikasi, menilai, dan menanggapi permasalahan kebijakan publik yang berdampak pada hubungan antara organisasi dan masyarakat.
- h. Turut serta dalam keterlibatan investor. Bagian dari bidang humas ini juga hadir dalam korporasi. Bertujuan untuk membina serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pihak lainnya dalam rangka berkomunikasi mengenai aspek keuangan untuk memaksimalkan nilai pasar tertentu.

Adapun hasil dari analisis strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra dan reputasi melalui media sosial dalam beberapa artikel yang telah dilakukan sortir secara ketat adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Analisis Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra dan Reputasi melalui Media Sosial**

| Judul Artikel  | Pengaruh dalam bidang akademik  | Pengaruh citra dan reputasi PT   | Penanganan isu kontroversi dan miskom   | Pemanfaatan media sosial  |
|--|---|--|---|---|
| Peran Humas Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi | Mahasiswa dapat melaksanakan proses pembelajaran dengan jadwal yang selalu update dan panduan | Perguruan tinggi BH di Bandung memperoleh kesan positif dari masyarakat atas layanan | Humas perguruan tinggi BH selalu mengeluarkan rilis secara up to date dan bisa diakses oleh khalayak umum | Humas perguruan tinggi BH memanfaatkan beberapa platform media sosial untuk berinteraksi dan menyebarkan informasi, |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   | informasi yang lengkap  | keterbukaan informasinya  |   | diantaranya dengan menggunakan: Website, Instagram, Twitter dan TikTok  |
| Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH                         | Mahasiswa dapat menjalankan perkuliahan dengan tenang karena informasi yang selalu up to date   | Mendapatkan respon positif, karena PTNBH selalu mengupayakan pelayanan prima                | Melakukan konferensi pers secara berkala dan mengeluarkan rilis setiap ada kegiatan           | Memanfaatkan media sosial secara maksimal dalam berkomunikasi dengan masyarakat   |
| Peran Humas dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi  | Dengan layanan informasi yang baik, mahasiswa bisa mengikuti banyak event penunjang perkuliahan dan mendapatkan beasiswa                                  | Semakin memperoleh kepercayaan dalam pelaksanaan kolaborasi dalam pengabdian dan penelitian | Menyebarkan informasi klarifikasi dan mengeluarkan rilis resmi                                | Melakukan interaksi dan berkomunikasi dua arah dengan seluruh audiens yang ada di media sosial  |
| Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi di Era Disrupsi (Studi Kasus Humas Universitas Pertamina) | Mahasiswa mendapatkan banyak kesempatan mengikuti kegiatan akademik dan penunjang akademik dengan layanan yang informatif dari Humas melalui media sosial | Membuka banyak kesempatan kerja sama dalam bidang penelitian dan pengabdian                 | Melakukan klarifikasi dan selalu <i>re-check</i> terhadap informasi yang akan disebar luaskan | Memanfaatkan media sosial secara optimal untuk melakukan komunikasi dan memberikan layanan informasi, baik melalui Website, WhatsApp, Instagram, Tiktok, Twitter, dsb |

### 3.2. Pembahasan

Dalam sebuah strategi tentu saja akan berisikan tentang kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hal ini juga berlaku pada manajemen strategi humas perguruan tinggi. Dalam perencanaan strategi, hal awal yang harus ditentukan adalah target sasaran, konten atau informasi yang akan disampaikan dan pola komunikasi yang akan dibangun. Manajemen humas harus mendapatkan wewenang untuk memperoleh informasi dari semua cabang atau unit yang ada di lembaga perguruan tinggi. Humas menjadi pangkalan data pusat

dan terpercaya bagi suatu lembaga. Selain itu, humas juga harus melakukan pendekatan dengan para pimpinan organisasi agar lebih efektif dan akurat dalam mendapatkan informasi karena menjangkau secara langsung kepada pemegang kendali utama dalam manajemen (Castro et al, 2020).

Selanjutnya dalam proses pelaksanaan manajemen strategi, humas harus berperan sebagai alat komunikasi yang baik dengan publik agar terbentuk kepercayaan terhadap citra perguruan tinggi. Dalam menyampaikan informasi, banyak sekali sarana komunikasi yang dapat digunakan oleh public relation, diantaranya: 1) buku catatan, 2) iklan, 3) pers, 4) media digital/sosial. Humas harus mampu menciptakan hubungan timbal balik, menerapkan prinsip keterbukaan dan transparan. Melalui komunikasi yang interaktif tentu akan menciptakan hubungan yang baik antara publik dengan perguruan tinggi. Proses komunikasi praktisi manajemen kehumasan dimulai dengan merencanakan apa yang akan dikatakan dan bagaimana akan dilakukan. Kesan-kesan yang dihasilkan hanya akan mempengaruhi pihak-pihak yang terlibat atau berkepentingan. Karena masalah kehumasan dapat berasal dari faktor komunikasi dan non-komunikasi, implementasi program manajemen kehumasan memerlukan program aksi untuk memecahkan masalah yang dihadapi lembaga (Amalia, 2022).

Tahap terakhir yang harus ada dalam manajemen strategi humas ini adalah melakukan evaluasi guna menindaklanjuti hasil dari implementasi komunikasi yang telah dilakukan. Evaluasi ini penting dilakukan karena untuk menunjukkan nilai dari program yang telah dilaksanakan humas untuk lembaga sebagai pertimbangan untuk dilanjutkan atau dirubah. Evaluasi ini juga sebagai langkah pertanggung jawaban staf kepada top manajemen perguruan tinggi dan merupakan usaha untuk meningkatkan status profesionalisme sumber daya manusia di humas perguruan tinggi dalam meningkatkan citra dan reputasi di media sosial (Pratiwi, 2019).

Evaluasi perencanaan kehumasan perguruan tinggi dapat dilakukan melalui tujuh indikator berikut guna mengetahui seberapa berhasilnya program kehumasan yang telah diterapkan. Indikator tersebut adalah: 1) pencapaian suatu target, 2) pengukuran peningkatan, 3) pengukuran hasil, 4) efisiensi biaya, 5) perubahan organisasi, 6) resiko yang tidak dapat diprediksi, dan 7) ekspektasi netizen. Semua hasil penilaian ini menjadi dasar pengambilan kebijakan pada masa mendatang (Alfioni et al, 2022). Dari semua pemaparan ini, mengungkapkan bahwa keterlibatan manajemen strategi humas dalam meningkatkan citra atau mutu perguruan tinggi merupakan langkah yang tepat untuk dilakukan. Untuk mendapatkan citra dan reputasi yang baik, manajemen kehumasan memiliki 4 peran strategis, yang meliputi: 1) penasihat ahli melalui data, 2) pemecahan masalah, 3) fasilitator komunikasi, dan 4) pelaksanaan komunikasi. Kemudian ketika proses implementasi strategi, humas juga harus menggunakan alat komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keadaan pada saat berlangsung. Sedangkan dalam proses evaluasi, humas harus melewati 2 evaluasi sekaligus, yakni evaluasi perencanaan dan evaluasi pelaksanaan program.

#### **4. Simpulan**

Berdasarkan tinjauan sistematis terhadap strategi Humas perguruan tinggi dalam meningkatkan citra dan reputasi melalui media sosial, dapat diambil beberapa kesimpulan penting. Strategi yang ditemukan melibatkan berbagai pendekatan yang kreatif dan terencana untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang dinamis dan efektif. Penggunaan strategi Humas yang cerdas dan terintegrasi dengan baik dalam lingkungan media

sosial mencari kunci keberhasilan dalam membangun citra dan reputasi perguruan tinggi. Implikasi dari temuan ini dapat membantu pengambilan kebijakan dan praktisi Humas perguruan tinggi untuk mengoptimalkan upaya komunikasi mereka dan secara efektif membentuk persepsi positif di tengah masyarakat digital yang terus berkembang. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur mengenai Humas perguruan tinggi dan membuka pintu bagi peneliti lain dalam menggali dinamika media sosial dalam konteks pendidikan tinggi.

### Daftar Rujukan

- Alfioni, S., & Yuliani, F. (2022). Implementasi Program pada Satuan Pendidikan Non Formal Kota Padang Panjang. *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 1(2), 85–95.
- Amalia, A. P. (2022). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Peserta Didik Di MI Masyariqul Anwar Durian Payung Bandar Lampung. *UIN Raden Intan Lampung*.
- Amiruddin, R., Unde, A. A., & Akbar, M. (2021). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Audit Komunikasi Strategi Digital Perguruan Tinggi Swasta Dalam Menguatkan Brand Image Lembaga Di Media Sosial 1*. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i6.2021.1726-1734>
- Castro Benavides, L. M., Tamayo Arias, J. A., Arango Serna, M. D., Branch Bedoya, J. W., & Burgos, D. (2020). Digital Transformation in Higher Education Institutions: A Systematic Literature Review. *Sensors (Basel, Switzerland)*, Vol. 20. NLM (Medline). <https://doi.org/10.3390/s20113291>
- Fathurrochman, I., Kusen, K., Rahman, Y., & Indarto, H. (2020). The public relations strategies at higher education in Indonesia. *Journal of Critical Reviews (JCR)*, 7(8), 2745–2752.
- Holmes, L., Cresswell, K., Williams, S., Parsons, S., Keane, A., Wilson, C., ... Starling, B. (2019). Innovating public engagement and patient involvement through strategic collaboration and practice. *Research Involvement and Engagement*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40900-019-0160-4>
- Indriani, M., Rahmadini, A., & Kurnianti, D. I. (2022). Studi Literatur: Implementasi Pendidikan Karakter Siswa Sekolah Dasar Di Era New Normal. *Jurnal PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 6(6). <https://doi.org/10.33578/pjr.v6i6.8843>
- Iqbal, M. (2023). Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi. *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 2(2), 71–78. <https://doi.org/10.35912/jahidik.v2i2.1565>
- Jannah, S. N. (2020). Peran Humas Dalam Mengembangkan Pendidikan Melalui Otonomi Pendidikan Tinggi. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1–13.
- Kurniawan, B., Sujanto, B., & Widodo, S. E. (2022). Public Relations Management of Universities in Yasni Institute of Islamic Religion Muara Bungo. *Journal of Social Science*, 3(2), 286–292.
- Nurdin, L., & Zulaikha, S. R. (2020). Imaging politics and professional culture in managing Islamic university libraries in Indonesia. *Library Philosophy and Practice*, 1–18.
- Pratiwi, A. N. (2019). Evaluasi Strategi Kehumasan dalam Mengelola Reputasi Universitas Jenderal Soedirman sebagai Pusat Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Berkelanjutan. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 1(1), 1–14.
- Renggo, L., Najih, A., & Qorib, F. (2021). Menjalin Komunikasi Publik: Strategi Humas Universitas Tribhuwana Tunggaladewi dalam Menjaga Relasi Internal dan Eksternal. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Rizky, K., Ramadhani, P., Husnia, R., & Saputra, N. (2021). Work Engagement pada Karyawan di DKI Jakarta: Pengaruh Collaboration Skills, Digital Leadership, dan Perceived Organizational Support. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 2(1), 61–75.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic Planning for Public Relations: 6th Edition*. Retrieved from [www.routledge.com/cw/smith](http://www.routledge.com/cw/smith).
- Suteki, M. (2021). Manajemen Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Pendidikan Tinggi Terbuka dan Jarak Jauh Melalui Media Sosial di Universitas Terbuka. *Jurnal Sikola: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(3), 184–193.
- Syakur, A., & Panuju, R. (2020). Peran Strategis Public Relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi: Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 5(1), 128–136.

## Proceedings Series of Educational Studies

- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga: Studi Multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 159-169. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i1.3355>
- Zebua, A. H. (2023). A Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Universitas Medan Area. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 108-115. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3271>