

Kapabilitas Humas Perguruan Tinggi Di Jakarta Dalam Tata Kelola Komunikasi MBKM Saat Pandemi COVID-19

Alfilonia Harwinda^{1*}, Janette Maria Pinariya², Dhita Widya Putri³, Anita Yunia⁴, Wulan Yulianti⁵

^{1,2,4,5} LSPR Institute of Communication & Business

³ Károly Ihrig Doctoral School of Management and Business, University of Debrecen Hungary

Email : ¹ alfilonia.h@lspr.edu *; ² Janette.Maria.Pinariya@econ.unideb.hu; ³ widya.putri.dhita@econ.unideb.hu; ⁴ anita.y@lspr.edu; ⁵ wulan.y@lspr.edu

*corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received :

Revised :

Accepted :

Keywords :

Capability; Competency;
Competencies; Competence; Public
Relations

ABSTRACT

During the COVID-19 pandemic, public relations in Higher Education (PT) is facing new changes. The public relations capability is to maintain relations with the media, internal and external communications other stakeholders. This is related to the PT's public relations capabilities in information management during COVID-19, which can provide clear and good information and maintain the reputation and image of the organization. This research aims to understand the Public Relations Capabilities in (PT) for information management during the COVID-19 pandemic. This research to used by Macnamara (2018) regarding Knowledge, Skills, and Abilities (KSAs)/ Competencies, Competency, and Competence. This research uses qualitative methods and data collection using Focus Group Discussions (FGD) with 13 public relations employees from universities in Jakarta. PT's public relations capability in managing information to the internal and external via social media channels effectively regarding MBKM. Public relations officer can carry out a competency test which is useful for becoming a reliable and competent public relations officer and understanding the basics of the PR code of ethics. Public relations in (PT) capabilities during the COVID-19 pandemic by having public relations competencies that have a role in professional performance ethics. Evaluation and monitoring have successfully navigated academic activities during the pandemic and ready to face the new normal. The role of public relations in (PT) is related to the Good Reputation of the organization and its stakeholders. Public relations in (PT) to attract the attention of the audience (lecturers and students) by creating interesting content about MBKM uploaded via social media and collaborating with other campus partners. Public relations in (PT) has implemented strich health protocols and established pandemic response task forces.

PENDAHULUAN

Public relations memiliki salah satu peran penting dalam dunia Perguruan Tinggi (PT). Dinamika perkembangan media dan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat diragukan lagi. Untuk dapat berjalan dengan baik, pemerintahan melakukan penyesuaian dalam melakukan pelayanan informasi dan komunikasi agar cita-cita membangun dan mencerdaskan kehidupan bangsa dapat terwujud. Namun, penyelenggaraan fungsi kehumasan pemerintah dinilai belum optimal dalam memberikan pengaturan, pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan perlindungan bagi warga negara dalam ruang publik.

Berdasarkan UU No 25 Tahun 2009 mengenai Pelayanan Publik yang berkaitan untuk Perguruan Tinggi, sistem informasi adalah rangkaian kegiatan yang meliputi penyimpanan dan pengelolaan informasi serta mekanisme penyampaian informasi dari penyelenggara kepada masyarakat dan sebaliknya dalam bentuk lisan, tulisan Latin, tulisan dalam huruf Braille, bahasa gambar, dan/atau bahasa lokal, serta disajikan secara manual ataupun elektronik. Adapun seorang

Humas PT dapat melaksanakan *monitoring* dan evaluasi secara berkala atau berkelanjutan (“UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2009 TENTANG PELAYANAN PUBLIK,” 2009).

Ada beberapa kritik yang diberikan dalam penerapan *Government Public Relations* di Indonesia. Wakil Ketua Perhimpunan Humas Indonesia Heri Rakhmadi mengatakan, permasalahan humas pemerintahan kini berasal dari faktor eksternal maupun internal. Dimana minimnya pemahaman soal otonomi daerah menjadi salah satu persoalan yang dihadapi terutama oleh kementerian teknis. Hal itu menggambarkan permasalahan berdasarkan faktor eksternal. Dari sisi internal kurangnya penanganan terhadap hasil *monitoring* yang sudah dilakukan. Tataran sumber daya manusia yang digabung dengan latar belakang yang berbeda. Pembuatan program yang tidak disenadakan dengan kegiatan kehumasan yang *multiyear*, dan jarang ada agenda setiap awal tahun (Fauzi, 2017).

Laporan akhir *review Government Public Relation* (GPR) yang dilakukan oleh Direktorat Politik dan Komunikasi Deputy Bidang Politik Hukum Pertahanan dan Keamanan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional menggambarkan jika permasalahan mendasar penyelenggaraan fungsi kehumasan pemerintah terjadi karena belum optimalnya pengaturan, pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan perlindungan bagi warga negara dalam ruang publik. Serta belum ada sistem kebijakan, mekanisme layanan, optimalisasi pemanfaatan prasarana, sarana dan sumber daya kehumasan yang komprehensif dan operasional (Bappenas, 2017).

Permasalahan lainnya terjadi karena kurangnya kecepatan komunikasi kepada publik dan sinergitas, serta kolaborasi pelibatan stakeholders serta warga negara dalam kegiatan pembangunan. Pemberitaan terhadap kebijakan pemerintah yang dijadikan implikasi menunjukkan kurangnya kualitas informasi dan wacana. Akses informasi untuk masyarakat seringkali terhambat, dan berdampak kepada kecepatan dan kualitas informasi. Kondisi ini dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengelolaan negara, sebagai salah satu syarat demokratisasi (Bappenas, 2017).

Peristiwa pandemi COVID-19 juga memberikan pengaruh pada bagaimana manajemen yang dilakukan oleh pihak pemerintahan. Penggunaan internet menjadi salah satu cara agar penyampaian informasi dari pemerintah dan penerapan *e-government* bisa berjalan dengan baik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rokhman (2011) menggambarkan jika kesiapan *e-government* Indonesia berada pada level yang rendah dan masyarakat Indonesia belum siap dengan *e-government*. Anggapan lain bahwa *e-government* tidak sesuai dengan gaya hidup dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia baik pemerintah pusat maupun daerah diharapkan untuk bisa mengembangkan dan menerapkan *e-government* yang lebih baik, karena *e-government* telah ditunggu oleh sekitar 45 juta pengguna internet di Indonesia.

Pada saat COVID-19, perguruan tinggi menyelenggarakan kegiatan akademik dan acara resmi lainnya secara luring (luar jaringan) dan daring (dalam jaringan) yang menggunakan metode blended (campuran luring dan daring) dan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Adapun perguruan tinggi berkolaborasi dengan humas guna untuk responsif, aktif, komunikatif, inovatif dan kreatif mulai dari perencanaan, realisasi sampai dengan publikasi kegiatan. Dalam hal publikasi berkaitan untuk menyebarkan informasi, memberikan pesan kunci, menjalin hubungan yang baik dengan media serta pemangku kepentingan lainnya dan melakukan evaluasi. Adapun humas dan protokol kesehatan dari perguruan tinggi untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan kunci keberhasilan dari suatu kegiatan (“Kolaborasi Protokol dan Humas Bentuk Citra Perguruan Tinggi,” 2020).

Humas perguruan tinggi juga *monitoring* kegiatan pembelajaran jarak jauh yang mana memberikan informasi kepada mahasiswa dan dosen, mendukung kegiatan internal kampus sebagai peningkatan kapasitas bagi dosen dan mahasiswa dalam civitas akademikan secara daring. Hal ini menjadi fenomena baru di dunia pendidikan perguruan tinggi yang seluruh kegiatan diadakan secara online dan tidak tatap muka secara langsung di kampus (“PEMBELAJARAN JARAK JAUH

SEBUAH KENISCAYAAN DI MASA NEW NORMAL,” 2020). Sesuai dengan surat edaran nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran *Coronavirus Diseases* (COVID-19) yang berisi mengenai proses belajar dari rumah, aktivitas dan tugas pembelajaran juga melalui daring untuk mencapai target kurikulum dan capaian pembelajaran (“SE Mendikbud: Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19,” 2020).

Berbagai kegiatan kehumasan dapat terwujud apabila ditata dengan baik melalui pengelolaan *public relations* yang dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarnya. Adanya pertukaran pendapat, pesan, dan informasi yang tepat dan mudah dipahami oleh kedua belah pihak melalui sistem saluran, media massa, atau media lain yang dapat dijadikan alat untuk melakukan kegiatan komunikasi dua arah. Pada kegiatan kehumasan di lembaga pendidikan perlu dilakukan secara profesional dan serius. Hal ini berkaitan dengan kemampuan staf Humas dalam manajemen teknis dan keterampilan manajerial, serta konsentrasi penuh dari pihak praktisi Humas dalam mengelola program kerja Humas untuk mencapai tujuan atau sasaran sesuai rencana (Fathurrochman, et al., 2020).

Humas Perguruan Tinggi memberikan informasi publik harus bersifat terbuka dan dapat diakses. Keterbukaan dan aksesibilitas ini diharapkan dapat menstimuli partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik. Keterbukaan dan mudah diakses publik, diharapkan juga dapat mengakselerasi perwujudan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif, efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan (Kriyantono, 2015).

Humas Perguruan Tinggi yang terjadi pada era new normal (COVID-19) memiliki prinsip 3A (*Adopt, Adapt, Adept*). *Adopt* menghadapi perubahan yang ada, *Adapt* strategi untuk menghadapi perubahan, dan *Adept* dengan normal baru. Humas PT menjaga relasi dengan media, *internal communication, public affairs, content marketing* dan *reputation managemen*. Humas PT juga perlu memiliki *communication skill* yang tinggi, memahami digital online, mempelajari bagaimana media *landscape* saat ini, *paid, earned, shared and owned* media, yang mana humas saat ini adalah *producer* dan *publisher* (Perhumas, 2020).

Adapun humas memiliki 5 kapabilitas yang berkaitan dengan humas PT yaitu *planning* untuk membantu humas perencanaan dan target, *campaign* untuk meningkatkan brand awareness dan brand reputation, *crisis communcations* mampu memiliki keterampilan yang cepat tanggap dan efektif, *evaluation and measurement* untuk mengevaluasi kegiatan yang sudah direalisasikan, dan *social capital* untuk menjaga relasi hubungan sosial, saling percaya dan bekerjasama dengan tim (Humas, 2023).

Saat COVID-19, humas perguruan tinggi menyusun perencanaan terkait civitas akademika yang memiliki kekuatan, hambatan dan tantangan serta menghadapi dampak positif dan negatif. Humas juga meningkatkan mendukung kegiatan seminar secara daring yang bisa diakses melalui berbagai media pembelajaran daring, memberikan informasi yang jelas dan akurat (Levine & Winduwati, 2021).

Berlandaskan hal tersebut, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai Kapabilitas Public Relations Perguruan Tinggi di Jakarta. Kapabilitas yang menjadi unsur dari model KSA's merupakan fokus utama dalam penelitian ini. Dengan adanya jurnal ilmiah diharapkan dapat memberikan temuan studi sebagai memberikan wawasan khusus tentang kapabilitas yang diperlukan dalam Public Relations Perguruan Tinggi saat masa pandemi ini dapat dijadikan sebaga pembelajaran di masa depan.

Pada penelitian terdapat latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kapabilitas Humas Perguruan Tinggi Di Jakarta Dalam Tata Kelola Informasi Saat Pandemi COVID-19?”. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk

memahami Kapabilitas Public Relations Perguruan Tinggi di Jakarta dalam tata kelola informasi saat pandemic covid-19.

KERANGKA TEORITIS

Humas adalah salah satu unit penting dalam suatu institusi karena memiliki peran dalam proses pengambilan keputusan terutama yang terkait dengan isu atau krisis yang menyerang institusi, penetapan kebijakan, publikasi program, maupun event yang telah direncanakan Ruslan dalam (Widita, et al., 2019) mengemukakan strategi yang dilakukan oleh Humas untuk merealisasikan program kerja dan mencapai target sasaran dari segi komponen sarana memiliki tiga pola yaitu The 3-C's option yang terdiri dari *Conservation* (mengukuhkan), *Change* (mengubah), *Crystallization* (mengkristalisasi) yang digunakan dalam mengerjakan sasaran. Namun untuk mencapai dan merealisasikan strategi tersebut seorang praktisi humas harus memiliki kapabilitas.

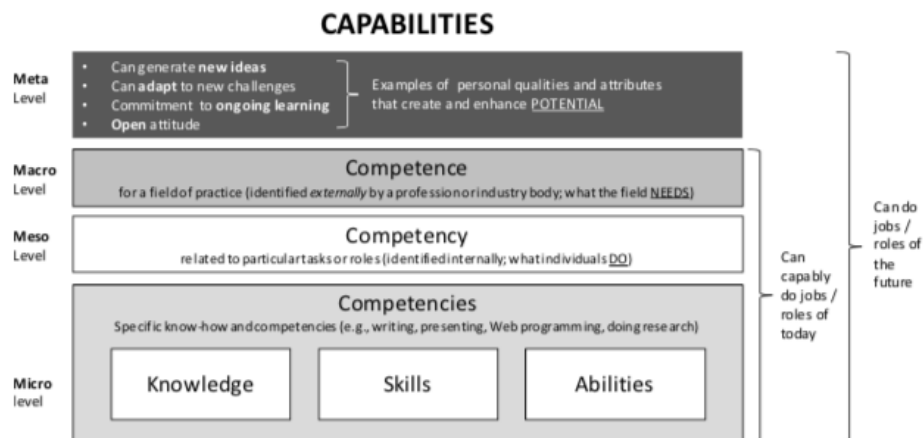
Peran humas dalam sebuah lembaga atau organisasi membutuhkan kinerja seorang humas untuk membantu jalannya program kerja, dan humas perguruan tinggi dapat mempertahankan citra suatu lembaga yang dapat di kenal dan di percaya publik dengan strategi humas. Humas perguruan tinggi merupakan sebuah image yang terbentuk dimasyarakat pada suatu lembaga tertentu. Humas ini juga menjalin relasi dengan media untuk dapat membuat berita-berita yang positif mengenai suatu lembaga dan adapun sebagai humas juga aktif sosial media untuk mempermudah memberikan informasi yang jelas dan tepat kepada dosen, mahasiswa maupun publik (Musyarrofah, 2018) .

Peran *public relations* menggunakan media informasi untuk memperkenalkan perusahaan kepada khalayak. *Public relations* juga mengemas informasi di media masaa untuk mendapat kepercayaan. Pada saat pandemi COVID-19, seorang *public relations* membutuhkan tempat mengelola komunikasi dan infromasi melalui media sosial. Hal ini untuk mempermudah membagikan informasi dari setiap organisasi, perusahaan maupun perguruan tinggi dikarenakan protokol kesehatan yang ketat. Adapun aktifitas *public relations* tidak berfokus pada pihak internal dan eksternal, tetap fokus juga dengan lembaga maupun organisasi yang mendukung program untuk dapa berkontribusi dan membantu realisasi program (Shaleh & Furrie, 2020). *Public relations* selama masa pandemi menggunakan media sosial merupakan media online dengan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagai dan meciptakan isi, jejaring sosial, forum dan dunia virtual yang digunakan oleh masyarakat (Shaleh & Furrie, 2020).

Peran humas perguruan tinggi memiliki strategi untuk menjaga hubungan bersama *stakeholder* untuk kelancaran dalam menjalani program MBKM. Hal ini juga dapat mengevaluasi kerja humas dalam mencapai suatu target. Lalu, humas dapat mengelola komunikasi secara dua arah, merespon pendapat umum, membantu manajemen dan memanfaatkan perubahan secara efektif (Riswandi & Alfrahmi, 2023).

Kapabilitas merupakan integrasi pengetahuan, keterampilan, dan kualitas pribadi yang digunakan secara efektif dan tepat dalam menanggapi berbagai keadaan, familiar dan asing. Dimana seseorang yakin untuk mengambil tindakan yang tepat dan efektif untuk merumuskan dan memecahkan masalah baik dalam pengaturan yang akrab maupun asing dan yang berubah. Selain itu Fraser dan Greenhalgh dalam Macnamara (2018) menjelaskan secara lebih spesifik, jika kapabilitas menggambarkan kemampuan sebagai sejauh mana seorang individu dapat menerapkan, beradaptasi, mensintesis pengetahuan baru dari pengalaman, dan terus meningkatkan kinerja mereka. Secara konseptual kapabilitas merupakan meta-level yang secara holistik menggabungkan dan mengintegrasikan KSA (*Knowledge, Skill & Abilities*) / *competencies, competency, competence*.

Berikut ini terlampir model dan penjelasan dari masing-masing dimensi.



Gambar 1. Model Kapabilitas, sumber Macnamara (2018)

a. Knowledge, Skills and Abilities (KSAs)/ Competencies

Merupakan level terbawah sebagai tiga kompetensi yang pada umumnya harus dimiliki oleh setiap individu dalam bekerja, baik dalam organisasi, perusahaan hingga pada instansi pemerintahan. Secara historis, model KSA ini sering dikaitkan dengan pemerintah federal Amerika Serikat. Agensinya menerapkan model ini dalam kegiatan atau aktivitas perekrutan sumber daya manusia selama bertahun-tahun, meskipun praktik tersebut akhir-akhir ini telah dihapuskan dan beralih para perekrutan yang berfokus pada resume. Namun bukan berarti praktik ini menghilang begitu saja, kini penggunaan model KSA tersebut diperluas untuk mencakup penilaian kebutuhan akan pelatihan dan pembinaan di angkatan kerja yang ada. KSA ini juga akan tercantum di setiap deskripsi pekerjaan posisi serta berfungsi sebagai panduan bagi calon karyawan, karyawan, dan departemen untuk mengevaluasi serta menilai kelemahan dan kelebihan kinerja individu untuk sukses dalam menjalankan karirnya. Berikut adalah penjabaran tiga kompetensi (KSA):

1. Knowledge

Pengetahuan selalu berkaitan dengan pemahaman seorang individu tentang suatu konsep, teori, atau materi pelajaran tertentu. Untuk mendapatkan pemahaman tersebut, diperlukan sumber-sumber informasi yang dapat diakses dari buku, jurnal, internet dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, pengetahuan menjadi kompetensi utama yang harus dimiliki oleh seorang Humas. Karena segala pemahaman yang diciptakan akan selalu harus dibuktikan berdasarkan data dan fakta yang ada. Dalam hal ini, humas pemerintahan yang mencakup publik secara massal secara perlahan perlu untuk mengetahui, memahami, serta mengerti dengan kondisi lingkungan masyarakat. Tanpa adanya pemahaman yang jelas, tentu akan menjadi suatu boomerang, baik bagi masyarakat maupun instansi pemerintahan itu sendiri.

2. Skills

Skills atau keterampilan merupakan suatu keahlian teknis atau manual yang biasanya dipelajari oleh seorang individu melalui pelatihan. Keterampilan ini harus dalam pemantauan untuk dapat diukur dan dikembangkan dikemudian hari.

3. Abilities

Abilities atau kemampuan merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan serta komponen lainnya yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.

Sebagaimana dicatat di situs web USA Jobs, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang relevan dengan suatu peran secara kolektif disebut sebagai kompetensi. Dalam beberapa literatur, ini juga disebut sebagai kompetensi. Namun, istilah yang pertama adalah yang paling umum. Secara khusus, kompetensi mengacu pada kumpulan KSA tertentu yang diperlukan untuk peran yang ditentukan.

b. Competency

Kompetensi mengacu pada kemampuan individu untuk melakukan tugas atau peran tertentu secara kompeten. Karena itu khusus, kompetensi biasanya ditentukan secara internal dalam suatu organisasi dan telah menjadi fokus utama Sumber Daya Manusia (SDM) dan manajemen kinerja dalam organisasi selama beberapa dekade dan dalam penelitian SDM. Kompetensi melibatkan pendekatan meso-level bottom-up yang menggambarkan apa yang harus dilakukan individu untuk memenuhi peran mereka (Macnamara, 2018).

c. Competence

Kompetensi sebagian besar dijelaskan dan didefinisikan secara eksternal - misalnya oleh badan profesional. Jadi, sementara kompetensi adalah pendekatan internal yang difokuskan pada melakukan tugas tertentu dan melakukan peran tertentu dalam organisasi tertentu, kompetensi menggambarkan standar yang diperlukan untuk suatu peran di seluruh sektor atau seluruh pekerjaan atau profesi. Kompetensi melibatkan pendekatan atas-bawah tingkat makro yang menggambarkan apa yang dibutuhkan oleh suatu bidang praktik atau profesi bagi anggota untuk memenuhi tanggung jawab mereka (Macnamara, 2018).

Praktisi hubungan masyarakat dapat menggunakan kerangka kerja di bawah ini untuk menilai kemampuan dan potensi mereka sendiri untuk menetapkan tujuan mereka sendiri. Macnamara (2018) telah melakukan sintesis data *core capabilities*, yang terdiri dari 8 unsur. Dengan ditemukannya konsep tersebut, disarankan untuk bisa dilakukan analisis kesenjangan untuk membandingkan tingkat kapabilitas dan kualitas serta atribut yang dimiliki sebuah program. Berikut terlampir penjelasan dari masing-masing unsur *core capabilities*, yang akan ditinjau dari sisi *Behaviour Statements* dan *Undrepinning Personal Qualities* :

- a. Komunikasi yang efektif : Mengenali dan terapkan teori komunikasi dan media serta praktik dengan baik. Berani memberikan nasihat strategis kepada manajemen senior dan secara kolaboratif dengan pemangku kepentingan dan publik. Memiliki komitmen untuk belajar terbuka, memiliki kecerdasan emosional dan bersikap positif.
- b. Rencana dan prioritas : Memahami dan menerapkan model komunikasi perencanaan strategis dan menetapkan tujuan yang SMART (Spesific, Measurable, Achievable, Realistic & Time).
- c. Memberikan hasil / menunjukkan akuntabilitas : Menerapkan pendekatan berbasis bukti untuk kegiatan komunikasi yang diinformasikan oleh penelitian dan analisis formatif. Serta keingintahuan moral dan etika / nilai yang tinggi dan terorganisir sendiri.
- d. Teknologi : Menggunakan teknologi yang relevan / terkini dan memahami dalam menggunakan teknologi yang relevan dan terbaik yang tersedia termasuk platform dan format digital terbaru. Asanya keinginan komitmen untuk belajar dan keterbukaan untuk beradaptasi.
- e. Fokuskan audiens : Dasarkan semua saran dan strategi komunikasi pada pemahaman dan wawasan audiens. Keingintahuan dan keterbukaan terhadap orang lain serta mau beradaptasi.
- f. Kreatif dan inovatif : Melakukan pembangan dan menerapkan pendekatan kreatif dalam komunikasi (baik tertulis, suara, visual atau multimedia) yang relevan dengan audiens. Serta mengembangkan pemikiran inovatif pendekatan (yaitu, berpikir '*out of the box*'; menjelajahi opsi

- dan alternatif). Keingintahuan dan keterbukaan untuk melakukan pembelajaran berkelanjutan dan memiliki sikap positif / antusiasme.
- g. Etis dan bertanggung jawab secara sosial : Bertindak secara etis sesuai dengan etika komunikasi dan media. Menerapkan tanggung jawab sosial dalam semua aktivitas komunikasi. Keterbukaan terhadap orang lain dengan nilai / standar moral dan etika yang tinggi.
 - h. Kelola komunikasi secara efektif dan efisien: Menerapkan kegiatan komunikasi secara efektif dan efisien dengan kendali mutu dan tata kelola. Menerapkan standar profesional (misalnya, sebagaimana ditentukan oleh badan profesional yang relevan). Mau melakukan pembelajaran berkelanjutan dengan Nilai / standar moral dan etika yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Adapun prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati. Hal ini juga secara fundamental ada pada pengamatan dalam Kawasan yang berhubungan dengan orang-orang (Abdussamad, 2021). Penelitian kualitatif melalui proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Proses ini mencakup membuat pertanyaan penelitian dan mengumpulkan data bersama partisipan dan memberikan interpretasi terhadap makna data (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana dapat mengeksplorasi dan memahami arti individu atau kelompok. Penelitian ini melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul dan data yang dianalisis sesuai dengan tema riset. maka peneliti menggunakan desain penelitian *sequential* dengan pendekatan *exploratory* dalam menjabarkan penelitian ini. Adapun penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang mana peneliti dapat mencari makna yang bervariasi dan beragam, fokus yang berkaitan langsung dengan program MBKM (Creswell, 2014).

Subjek dalam pendekatan kualitatif ini adalah *Public Relations* di lingkup Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah 3. Penelitian ini mengambil mengambil 12 pegawai Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki peran sebagai *public relations*. Penelitian ini melakukan pengambilan data secara *Focus Group Discussion* (FGD) bersama 12 pegawai dari Perguruan Tinggi Swasta Wilayah III di Jakarta terdiri dari Universitas Respati Indonesia (URINDO), STBA LIA, Dias dari Akademi Televisi Indonesia (ATVI), Politeknik Sahid, STIKOM Cipta Karya Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma (ITB Swadharma), dan Emilya dari Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR). Adapun narasumber dari luar perguruan tinggi swasta wilayah III di Jakarta terdiri dari Hartono dari Koordinator Manajemen Hubungan Media Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek dan Yefa dari LSP - LSPR) yang telah dilaksanakan pada hari Kamis, 16 Juni 2022, di LSPR Transpark Juanda-Bekasi. Waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2022 – September 2022.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan data sekunder yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang sudah ada, baik itu berupa buku, jurnal, skripsi, koran, majalah, internet dan lainnya. Digunakan untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang didapatkan dari hasil wawancara. Instrumen penelitian yang akan digunakan oleh penulis terdiri dari lembar wawancara, dan hasil studi pustaka untuk metode kualitatif. Instrumen kualitatif ini akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu menganalisis kapabilitas *Public Relations* Perguruan Tinggi di Jakarta dalam era pandemik COVID-19. Di mana pertanyaan-pertanyaan yang ada akan mengacu kepada fokus penelitian yang merupakan elemen-elemen dari konsep kapabilitas kompetensi humas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini membahas kapabilitas humas perguruan tinggi di Jakarta dalam melakukan tata kelola informasi saat pandemi COVID-19. Humas mendukung manajemen layanan yang terkait dengan efektivitas kebijakan serta membangun motivasi untuk meningkatkan mutu setiap perguruan tinggi. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDikti) memantau perkembangan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dari publikasi dan dokumentasi kepada mahasiswa maupun kampus lainnya. Maka dari itu, setiap humas perguruan tinggi yang memiliki peran mengambil keputusan saat menangani isu maupun krisis yang terjadi di dunia pendidikan tinggi, persiapan publikasi komunikasi dan *event* di setiap kampus. Pada awal tahun 2020 muncul “COVID-19” di Indonesia, perguruan tinggi tetap mengadakan perkuliahan melalui online dari Aplikasi Google Meet, Zoom Meeting dan Google Classroom. Setiap humas Perguruan Tinggi melayani informasi publik yang terkait dengan akademik, pengajaran, kegiatan mahasiswa maupun sumber daya Perguruan Tinggi masing-masing. Penelitian ini dihadiri oleh Ibu Ketua LLDikti, praktisi, dan dosen yang sesuai dengan kapabilitas humas Perguruan Tinggi. Dalam penelitian, peneliti menjabarkan hasil penelitian dalam kapabilitas dari *competencies (Knowledge, Skill & Abilities)*, *competency*, *competence* (Macnamara, 2018) melalui *Focus Group Discussion (FGD)* bersama praktisi Humas Perguruan Tinggi maupun Humas dari organisasi lainnya diantara lain penjelasannya sebagai berikut.

Competencies (Knowledge, Skill & Abilities)

Humas Perguruan Tinggi menerapkan pola komunikasi yang efektif kepada eksternal terdiri dari mahasiswa, orangtua dan pemangku kepentingan lainnya sedangkan internal terdiri dari dosen, dan tenaga kependidikan. Hal ini diungkapkan dari humas STBA LIA masih perlu melakukan penataan peran dalam berkomunikasi yang efektif untuk program MBKM dikarenakan masih bergabung dengan marketing pemasaran. Jadi, humas melakukan kolaborasi dan berdiskusi bersama bagian Kepala Bagian mahasiswa terkait publikasi program MBKM menggunakan sosial media & Website STBA LIA untuk menginformasikan kepada dosen, mahasiswa maupun pihak luar. Pada tahun 2021 dari Universitas Respati Indonesia (URINDO) baru aktif pada bagian kehumasan dan bergabung dengan marketing pemasaran. Komunikasi yang dibangun masih kurang efektif dikarenakan selama mengerjakan program masih berkomunikasi dengan tim pemasaran. Namun, peran humas berkaitan dengan program MBKM dengan memberikan informasi kepada Pimpinan, Kepala Bagian Kemahasiswaan, para Pejabat Struktural dan Operator Web. Humas URINDO juga melaksanakan sosialisasi pengenalan program MBKM sesuai dengan kebijakan dari LLDIKTI dan Kemendikbudristek kepada para dosen dan mahasiswa. Komunikasi yang dilakukan melalui email dan aplikasi WhatsApp yang terhubung langsung dengan dosen dan mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan di atas dari humas dari STBA LIA dan URINDO yaitu bagian humas masih bergabung bersama tim marketing pemasaran terdapat kendala komunikasi yang disebabkan adanya kolaborasi bersama Kepala Bagian Kemahasiswaan dan menggunakan kanal media sosial. Komunikasi efektif adalah pertukaran pesan yang dilakukan secara terbuka, jelas dan dipahami oleh pihak eksternal dan internal. Komunikasi efektif yang dilakukan setiap humas untuk mendapatkan interpretasi yang baik dari penyampaian dan penerima pesan (Sasfira et al., 2022). Maka, komunikasi efektif yang dilakukan oleh humas STBA LIA dan URINDO dapat membangun hubungan sosial yang baik kepada internal dan eksternal. Hal ini berkaitan juga dengan komitmen dan tujuan menjalani program MBKM bersama LLDIKTI dan Kemendikbudristek.

Setiap peran humas Perguruan Tinggi memerlukan komunikasi yang efektif guna pesan tersampaikan kepada target seperti dosen dan mahasiswa yang berperan aktif melaksanakan program MBKM. Akademi Televisi Indonesia (ATVI) memiliki peran humas yang membangun manajemen komunikasi dari Direktur kemudian disampaikan ke beberapa Wakil Direktur untuk diskusi mengenai program MBKM. Selanjutnya melakukan sosialisasi secara efektif dapat menyampaikan informasi

kepada dosen dan mahasiswa melalui *Website* dan *WhatsApp Group* sedangkan kepada eksternal melalui media sosial. Adapun hal yang sama dari Politeknik Sahid, STIKOM Cipta Karya Informatika, dan ITB Swadharma memaparkan komunikasi secara efektif dengan melakukan diskusi kepada level teratas dan tim untuk berdiskusi membentuk pengelolaan program MBKM. Lalu, peran humas menjaga komunikasi kepada mahasiswa dan dosen secara efektif melalui *WhatsApp Group*, Media Sosial dan Website yang dimiliki oleh masing-masing Perguruan Tinggi, hal ini berguna juga terhindar dari *miscommunication*. Selanjutnya, humas Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR untuk mencapai komunikasi yang efektif perlu menjaga komunikasi dan melibatkan internal yang menjadi salah satu faktor menciptakan reputasi organisasi. Peran humas juga dapat memberikan pengumuman melalui kanal media sosial mengenai program MBKM kepada dosen dan mahasiswa untuk berpartisipasi dan mendukung program yang sudah direncanakan oleh Kemendikbudristek.

Adapun penjelasan dari pihak di luar perguruan tinggi swasta dari Koordinator Manajemen Hubungan Media Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek untuk berkomunikasi secara efektif, setiap humas perguruan tinggi memiliki humas khusus dikarenakan memiliki peran penting dapat memberikan promosi program dan menjalin hubungan yang erat dengan media berguna bagi masyarakat untuk belajar mengenai program MBKM. Adapun dari pihak LSP - LSPR juga menerapkan untuk meningkatkan kompetensi sebagai Humas memiliki sertifikasi profesi yang dapat memahami kemampuan pengetahuan, keterampilan, pemahaman mengenai kode etik PR. Jadi, setiap humas Perguruan Tinggi dapat membangun komunikasi yang efektif untuk pesan tersampaikan secara jelas dan akurat kepada internal dan eksternal. Hal ini untuk menciptakan seorang humas Perguruan Tinggi yang handal dan kompeten.

Berdasarkan penjelasan di atas, adapun penjelasan dari ATVI, Politeknik Sahid, STIKOM Cipta Karya Informatika dan ITB Swadharma sebelum memberikan informasi mengenai program, maka setiap humas melakukan diskusi kepada level teratas dan tim untuk mendapatkan persetujuan yang berguna memelihara manajemen komunikasi. Hal ini dapat memberikan informasi dan pesan tersampaikan melalui sosialisasi kepada dosen, mahasiswa serta eksternal lainnya yang mendukung Program MBKM. Lalu, humas dari Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR mengenai komunikasi secara efektif dapat menjaga komunikasi internal dan menyebarkan informasi secara jelas dan akurat kepada dosen dan mahasiswa untuk bergabung pada program MBKM.

Selain dari humas Perguruan Tinggi, ada dari pihak di luar perguruan tinggi yaitu Koordinator Manajemen Hubungan Media Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek memiliki peran penting untuk mempromosikan suatu program MBKM kepada internal setiap Perguruan Tinggi. Hal ini juga menyambung dari LSP - LSPR juga memerhatikan dan membangun kompetensi seorang humas untuk menjalani peran sebagai humas di Perguruan Tinggi guna membangun komunikasi efektif, keterampilan, pengetahuan mengenai program MBKM dan kode etik saat menyebarkan informasi melalui kanal media sosial kepada eksternal maupun masyarakat. Kompetensi humas memiliki peran sesuai dengan etika kinerja profesional dan kompeten melalui bidang di setiap Perguruan Tinggi. Jadi, humas memiliki komitmen untuk belajar terbuka, memiliki kecerdasan emosional dan bersikap positif untuk menyampaikan program MBKM kepada internal yaitu dosen dan mahasiswa yang dapat langsung berpartisipasi.

Competency

Setiap humas Perguruan Tinggi menerapkan model komunikasi perencanaan strategis dan menetapkan tujuan yang dapat mendukung kegiatan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Humas dari STBA LIA dan URINDO memiliki perencanaan yaitu memberikan sosialisasi dengan membuat konten menarik mengenai program MBKM untuk mencapai tujuan bagi dosen dan mahasiswa yang ingin berpartisipasi dan mengikuti program-program dari MBKM. Hal ini bertujuan juga untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa serta menjalani program MBKM

secara terstruktur. Terdapat perencanaan tambahan dari URINDO yang mana humas perlu ada pelatihan khusus media massa untuk sesuai target yang diinginkan.

Humas dari ATVI, Politeknik Sahid, STIKOM Cipta Karya Informatika, dan ITB Swadharma melakukan perencanaan menjalani program MBKM dengan publikasi melalui kanal media sosial untuk memberikan informasi pesan sesuai dengan target. Lalu, ada sosialisasi penjelasan mengenai program MBKM dari dosen kepada mahasiswa sebelum mulai mengajar mengambil waktu 3 sampai 5 menit. Hal ini berhubungan juga komunikasi yang efektif dan tersampaikan secara langsung kepada *audience* guna menjalani program dengan baik. Pada bagian kehumasan Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR menanamkan nilai dimana “*Good reputation is a must*” dikarenakan PR berhubungan dengan reputasi. Sebelum menjalani program dengan memerhatikan perencanaan program MBKM untuk direalisasikan kepada internal (dosen dan mahasiswa) serta pemangku kepentingan. Perencanaan ini juga memiliki tujuan dan capaian dimana program MBKM dapat ditampilkan di website, kanal media sosial maupun media massa. Program yang telah direalisasikan dilakukan pengecekan secara berkala dan waktu yang sesuai dengan dosen dan mahasiswa untuk mensosialisasikan program MBKM. Seorang humas juga melakukan riset yang mana evaluasi diri Perguruan Tinggi dan proses program yang sedang dijalani.

Pada bagian Koordinator Manajemen Hubungan Media Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek yaitu humas Kemendikbudristek memiliki peran untuk membangun citra organisasi dengan adanya program MBKM tujuan untuk menciptakan manusia yang unggul dan berdaya asing dan pemerintah juga menciptakan program pertukaran pelajar ke luar negeri. Citra yang memiliki hubungan yang kuat dengan media untuk memperkenalkan image organisasi dan memberitakannya. Media juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dibanding dengan social media internal

Adapun Humas STBA LIA tidak hanya bertanggung jawab pada program yang dijalani, namun juga terlibat pada aspek marketing atau pemasaran (PMB). Menunjang aktivitas kehumasan yang memiliki tujuan menarik perhatian kepada mahasiswa dan dosen terkait MBKM, yaitu memberikan konten yang menarik secara visual dan bekerjasama dengan media mainstream, media elektronik dan sosial media. Lalu, realistis juga dapat mencapai mengajak mahasiswa dan dosen bergabung dan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sejak awal. Terdapat perbedaan kampus B yang mana kehumasan belum berfungsi sesuai tupoksi, melainkan struktur organisasi termasuk dalam kategori organisasi yang baru. Namun, kehumasan Perguruan Tinggi tetap memiliki capaian program dengan cara membuat konten yang dikemas secara menarik, memberikan informasi kepada dosen dan mahasiswa. Humas pada Perguruan Tinggi perlu memerhatikan capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) guna program MBKM berjalan dengan lancar dan menghasilkan luaran yang dikerjakan oleh para mahasiswa.

Beda hal pada perencanaan humas yang dilaksanakan oleh ATVI adanya pengembangan divisi humas berguna untuk masa yang akan datang, maka ada sinergi dari berbagai pihak untuk menjadwalkan informasi dari kampus. Lalu, untuk mencapai tujuan dapat mengajak para mahasiswa dan dosen dengan memberikan arahan yang menarik dan menginformasikan mendapatkan pengalaman baru dari program yang dijalani yaitu MBKM.

Adapun perguruan tinggi dari Politeknik Sahid untuk mencapai tujuan sosialisasi program MBKM kepada mahasiswa dan dosen memiliki strategi membuat tim khusus untuk merumuskan dan membuat konten MBKM yang menarik, serta mempelajari lebih dalam untuk aplikasi yang digunakan saat MBKM berlangsung. Humas STIKOM Cipta Karya Informatika melakukan pendampingan dari LLDIKTi mengenai program dan cara mendaftar MBKM, tata kelola dalam konversi SKS yang dapat disampaikan kepada pimpinan dan pejabat PT, guna dapat disebar luaskan kepada dosen dan mahasiswa. Untuk mencapai tujuan sesuai waktu yang telah ditentukan dari DIKTI, maka dikomunikasikan secara visual melalui halaman MBKM sebagai wallpaper di Laboratorium Komputer

yang berguna untuk mendapatkan persetujuan dari dosen dan dapat menyampaikan program MBKM ke mahasiswa selama kurang lebih 5 menit sebelum perkuliahan. Peran humas dari kampus F untuk mencapai kinerja yang dilakukan menarik perhatian mahasiswa dan dosen terkait program MBKM dalam membuat konten yang lebih menarik untuk di unggah melalui media sosial yang dimiliki kampus dan bekerjasama dengan berbagai mitra kampus lain.

Competence

Setiap humas PT dapat memelihara manajemen komunikasi untuk program MBKM. Setiap PT melakukan komunikasi internal dari level atas ke bawah. Pada humas dari STIKOM Cipta Karya Informatika dengan adanya pendampingan dari LLDIKTI mengenai proses MBKM untuk disampaikan kepada dosen dan mahasiswa. Pada humas ITB Swadharma menunjang program MBKM untuk memaksimalkan menggunakan sosial media yang memiliki konten menarik, hal ini berguna untuk menarik perhatian dosen dan mahasiswa. Setiap humas PT untuk mengelola tata komunikasi melakukan kerjasama dengan pihak IT, mengikuti pelatihan terkait era digital, dan memanfaatkan serta konsisten menggunakan sosial media. Humas URINDO untuk informasi mengenai MBKM akan didiskusikan ke kepala bagian kemahasiswaan dan unit lembaga mahasiswa, hal ini juga dilakukan oleh humas Politeknik Sahid pemeliharaan komunikasi dari akademik ke mahasiswa supaya tersampaikan pesan up to date secara langsung.

Setiap humas PT memiliki kompetensi untuk mencapai IKU (Indikator Kinerja Utama) dalam merealisasikan program MBKM. Adapun pada Politeknik Sahid, dan STIKOM Cipta Karya Informatika mengenai kompetensi yang dimiliki mampu bekerjasama dengan pihak internal dan eksternal, kompetensi yang dibutuhkan menjaga komunikasi, relasi dan manajemen media sosial, dan kompetensi setiap humas perlu bekerjasama dengan mitra-mitra kampus.

Pada humas Politeknik Sahid mengalami kendala yang berkaitan dengan informasi yang terbatas dan belum dapat direalisasikan dengan baik, dan belum ada bagian khusus tentang humas. Adapun STIKOM Cipta Karya Informatika juga memiliki kendala disebabkan kehumas masih bergabung dengan marketing yang mana mengganggu konsentrasi kegiatan humas. Hal ini juga yang memiliki kendala oleh ITB Swadharma yaitu kehumasannya belum ada yang memahami tugas dan fungsi kehumasan, dan tidak ada yang paham dengan teknis dan non teknis.

Humas Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR memiliki kompetensi untuk bisa mengidentifikasi program eksternal sesuai dengan kebutuhan, PT juga perlu mendekati diri pada karyawan dan membuat program yang disampaikan melalui kanal sosial media PT. Humas ini juga melakukan memantau dan mengawasi program MBKM yang sedang berlangsung, hal ini untuk informasi secara up to date yang akan diberikan kepada dosen dan mahasiswa. Humas juga sudah menjalankan program membuat konten yang edukatif, informatif dan terkini yang berkaitan dengan program MBKM. Adapun penjelasan dari humas Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR yaitu struktur humas ideal wajib terpisah yang mana untuk menjalankan media komunikasi secara fokus kepada internal dan eksternal, memantau, mengevaluasi, monitoring kegiatan yang sedang berjalan. Humas menjalin hubungan dengan pemerintahan, bertujuan untuk aware dan kenal dengan program yang telah disediakan untuk keperluan kampus.

Pada bagian Koordinator Manajemen Hubungan Media Biro Kerja Sama dan Humas Kemendikbudristek yaitu humas setiap PT perlu menerapkan beberapa jenis citra baik untuk kompetensi yaitu kepercayaan, kepuasan masyarakat, loyalitas masyarakat, dan membuat berita yang positif untuk citra PT. Kompetensi yang dilakukan setiap PT dengan menjaga relasi dan bekerjasama dengan para tim media editor, supporter, dan redaktur, hal ini berkaitan dengan manajemen hubungan media untuk fasilitasi media, fasilitasi pendampingan dan koordinasi kehumasan Kemendikbudristek mengenai program MBKM. Hal ini disampaikan oleh pihak LSP - LSPR yaitu untuk meningkatkan kompetensi dan mencapai kebutuhan dari seorang humas harus mengikuti uji kompetensi untuk

mendapatkan keahlian bidang humas. Dengan adanya sertifikasi dapat menciptakan seorang humas yang handal dan kompeten. Jadi, seorang humas pada PT dapat memiliki kompetensi yang terampil, pengetahuan dan pemahaman kode etik PR yang menjadi landasan dalam profesi.

Berdasarkan penjelasan di atas *competence* yang dilakukan setiap PT untuk menjalani relasi dengan internal dan eksternal yang terlibat seperti pemerintah dan media, memonitoring dan mengevaluasi program serta aktif sosial media. Adapun humas setiap PT idealnya terpisah dari Marketing supaya lebih fokus menjalani program MBKM, dan informasi tersampaikan secara jelas dan tepat kepada dosen dan mahasiswa. Pada kapabilitas dari *competencies (Knowledge, Skill & Abilities), competency, competence* (Macnamara, 2018) setiap humas PT juga menyediakan fasilitasi media dan pendampingan yang berkaitan dengan informasi dari program MBKM. Setiap humas PT perlu melaksanakan uji kompetensi berguna untuk humas yang handal dan kompeten. Humas juga perlu memahami dasar dari kode etik PR.

Evaluasi dan monitoring telah dilakukan, termasuk kunjungan dan penyerahan kuesioner ke 303 perguruan tinggi se-Jakarta pada tahun 2021-2022. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar Perguruan Tinggi telah berhasil mengarungi aktivitas akademik selama pandemi dan siap menghadapi new normal. Adapun berdasarkan hasil observasi yang menghasilkan secara efektivitas sebagai berikut (SecondaryData by LLDIKTI Wilayah 3, 2022):

- 90.69% menyatakan kesiapan untuk melanjutkan pembelajaran tatap muka dengan protokol kesehatan yang ketat.
- 69.76% setiap dosen di universitas siap untuk melanjutkan kegiatan penelitian secara langsung dengan protokol kesehatan yang ketat
- 68.60% setiap dosen di universitas siap untuk melanjutkan kegiatan pengabdian masyarakat secara langsung dengan protokol kesehatan yang ketat.
- 93.02% universitas telah membentuk gugus tugas tanggap pandemi.
- 89% perguruan tinggi telah mengeluarkan pedoman pembelajaran pascapandemi, wisuda upacara, dan kegiatan kemahasiswaan.
- 100% masyarakat kampus telah divaksinasi.
- 86% kampus telah berkoordinasi dengan otoritas kesehatan setempat di setiap kampus daerah.

Hasil pemantauan dan evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar perguruan tinggi telah berhasil menavigasi kegiatan akademik selama pandemi dan siap menghadapi situasi new normal. Setiap universitas telah menunjukkan tingkat efisiensi yang tinggi dalam penyelenggaraan protokol kesehatan, membentuk gugus tugas tanggap pandemi, dan menerbitkan pedoman untuk penanganan pascapandemi. Hal ini juga telah menunjukkan efektivitas dalam keselamatan, kesejahteraan mahasiswa, dosen dan pegawai.

Pada hasil ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Area ini terbatas karena berbagai faktor seperti pendanaan, sumber daya atau aksesibilitas. Maka dari itu, universitas penting berupaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas di bidang tersebut untuk dapat sepenuhnya beradaptasi dengan new normal dan memberikan pendidikan dan layanan berkualitas kepada komunitas.

KESIMPULAN

Kapabilitas humas Perguruan Tinggi (PT) saat pandemi COVID-19 ditemukan sangat krusial, dimana humas PT memiliki peran penting dalam menjalankan kinerja profesi. Peran humas PT juga memberikan informasi secara efektif, terbuka dan jelas kepada eksternal maupun internal. Sebagai humas juga aktif di kanal sosial media dan menjalin relasi dengan media. Peran humas ini berkaitan

dengan Good Reputation PT yang mana mulai dari memperhatikan perencanaan, menjalani program untuk direalisasikan kepada internal dan pemangku kepentingan. Humas PT untuk menarik perhatian dari audiens (dosen dan mahasiswa) dengan membuat konten yang menarik mengenai MBKM diunggah melalui sosial media dan dapat bekerjasama dengan mitra kampus lain. Adapun sebagai peran humas PT sebaiknya terpisah dari marketing yang bertujuan untuk fokus menjalani disetiap program terutama MBKM.

SARAN DAN REKOMENDASI

Humas PT juga dapat menyediakan fasilitasi media dan pendampingan informasi, hal ini mempermudah mendapatkan informasi ke internal dan eksternal dikarenakan pada saat COVID-19 pembelajaran berlangsung secara online. Humas PT telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat dan membentuk gugus tugas tanggap pandemi. Adapun humas setiap perguruan tinggi dapat memberikan pelayanan berkualitas kepada para dosen dan mahasiswa terdiri dari persiapan MBKM, melaksanakan penelitian dan pengabdian masyarakat selama new normal. Hal ini untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan dari para dosen, mahasiswa dan pegawai di setiap perguruan tinggi. Pada saat kondisi COVID-19 dimana humas PT dapat menjadikan periode tersebut adalah masa krisis, sehingga perlu adanya koordinasi dan kolaborasi yang baik dengan semua pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Bappenas. (2017). Laporan Akhir Kegiatan Reviu Government Public Relations. Diakses dari <http://ditpolkom.bappenas.go.id/v2/wp-content/uploads/2015/04/Laporan-Akhir-Kegiatan-Reviu-Government-Public-Relation-GPR.pdf>
- [2]. Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In *Syakir Media Press*. Syakir Media Press.
- [3]. Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *Social Research Methodology*, pp. 161–200. <https://doi.org/10.4324/9781032624860-9>
- [4]. Fathurrochman, I., Kusen, Rahman, Y., Sukmana, A. T., & Indarto, H. (2020). The Public Relations Strategies at Higher Education in Indonesia. *Journal of Critical Reviews*, 7(08), 2745–2752.
- [5]. Fauzi, I. (2017, March 3). Permasalahan Humas Pemerintahan Masa Kini dan Solusinya. Retrieved May 12, 2024, from <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/9K57OG1b-permasalahan-humas-pemerintahan-masa-kini-dan-solusinya>
- [6]. Humas. (2023, June 23). Simak 5 Kapabilitas yang Mesti Dimiliki Humas. Retrieved May 13, 2024, from <https://www.humasindonesia.id/agenda/simak-5-kapabilitas-yang-mesti-dimiliki-humas-1362>
- [7]. Kolaborasi Protokol dan Humas Bentuk Citra Perguruan Tinggi. (2020, September 30). Retrieved July 29, 2024, from lldikti10.kemdikbud.go.id website: <https://lldikti10.kemdikbud.go.id/detail/kolaborasi-protokol-dan-humas-bentuk-citra-perguruan-tinggi>
- [8]. Kriyantono, R. (2015). Konstruksi Humas Dalam Tata Kelola Komunikasi Lembaga Pendidikan Tinggi di Era Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pekommas*, 18(2), 117–126.
- [9]. Levine, M., & Winduwati, S. (2021). Strategi Komunikasi Dosen Perguruan Tinggi Swasta dalam Perkuliahan Daring Saat Pandemi Covid-19 Strategi Komunikasi Dosen Perguruan Tinggi Swasta dalam Perkuliahan Daring Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Koneksi*, 5(1), 157–164. Retrieved from <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10220/6983>
- [10]. Macnamara, J. (2018). Competence , competencies and / or capabilities for public communication? A public sector study. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 19, 16–40. Retrieved from <https://opus.lib.uts.edu.au/handle/10453/126659>
- [11]. Musyarrofah, M. (2018). *PERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN*

- TINGGI. 2(1), 293–304.
- [12]. PEMBELAJARAN JARAK JAUH SEBUAH KENISCAYAAN DI MASA NEW NORMAL. (2020, July 20). Retrieved July 29, 2024, from www.interstudi.edu website: <https://www.interstudi.edu/berita/detail/pembelajaran-jarak-jauh-sebuah-keniscayaan-di-masa-new-normal>
- [13]. Perhumas. (2020, October 8). Humas Perguruan Tinggi Menyikapi Era New Normal. Retrieved May 12, 2024, from <https://www.perhumas.or.id/humas-perguruan-tinggi-menyikapi-era-new-normal/>
- [14]. Riswandi, & Alfirahmi. (2023). Strategi Humas PT . Suryacipta Swadaya Untuk Meningkatkan dan Mempertahankan Citra Terhadap Warga Desa Kutanegara – Karawang Timur. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 7(2), 114–121. Retrieved from <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1731>
- [15]. Rokhman, A. (2011). E-Government Adoption in Developing Countries; the Case of Indonesia. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 2(5), 228–236. Retrieved from http://oru.summon.serialssolutions.com/2.0.0/link/0/eLvHCXMwXVy7CgIxEAzW2giKpT9wkuzmdfVhsDhBxP7Ia8vDwv_HzYkItlttNQ-YGSEQTrL7wwTjkraQXWJ-1dnoj5p5xRUW3OB1ncer3gb7Bj8ff3Dr7AVqzrvRAjnx3DpWmJsen5mGKY2jLwcvhGySRPmHqLK1hSQRXnmIkl9yeQwaY-4F5vYguPzaymYIYM4IrHDsDW
- [16]. Sasfira, R., Marini & Salas, H. J. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI EFEKTIF PUBLIC RELATIONS DALAM BRANDING TERHADAP PELAYANAN PRIMA DI KANTOR KECAMATAN KOTABUMI LAMPUNG UTARA. *Komsospol*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.47637/KOMSOSPOL.V2I1.1108>
- [17]. SE Mendikbud: Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19. (2020, March 24). Retrieved July 29, 2024, from www.kemdikbud.go.id website: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/03/se-mendikbud-pelaksanaan-kebijakan-pendidikan-dalam-masa-darurat-penyebaran-covid19>
- [18]. Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ puskesmascilincing). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.936>
- [19]. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods, Penelitian Tindakan (Action Research, Penelitian Evaluasi)* (Cetakan Ke). Bandung, Jawa Barat: Alfabeta CV.
- [20]. UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2009 TENTANG PELAYANAN PUBLIK. (2009). *Www.Bphn.Go.Id*, 2003(1), 3. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009#:~:text=UU No. 25 Tahun 2009,Pelayanan Publik %5BJDIH BPK RI%5D>
- [21]. Widita, A., Kusuma, Y., Husna, N., & Sagita, G. (2019). ‘The Heart of East Java’: Branding Pariwisata Humas Pemerintah Kabupaten Malang. *Warta ISKI*, 2(02), 117–123. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.39>