

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Strategi Humas Ditjen Diktiristek Dalam Mempublikasikan
Program Kampus Merdeka Melalui Website
*dikti.kemdikbud.go.id***

Anggia Dwi Saputri*, Cakra Ningsih, Nurul Fadzar Sukarni

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia

*Email koresponden: anggiadwisptr26@gmail.com

Abstract - This study aims to determine the strategy undertaken by the Public Relations of the Directorate General of Higher Education, Research, and Technology in publishing the Kampus Merdeka program through the website media and to find out what are the inhibiting and supporting factors of the strategy that has been implemented. This study uses a qualitative approach with descriptive qualitative research methods and constructivism paradigm. The object of this research is the Public Relations strategy implemented by the Public Relations of the Directorate General of Higher Education, Research, and Technology in publishing the Merdeka Campus program and the subject of this research is the Public Relations of said agency. The result shows that the Public Relations has carried out a Public Relations strategy in the publication of the Kampus Merdeka program in accordance with the existing Public Relations concept, specifically Fact Finding, Planning, Implementing, and Evaluating. All activities have been carried out quite well supported by supporting factors. However, there are inhibiting factors such as the lack of human resources and the lack of two-way communication on the Website page.

Keywords: Public Relations Strategy; Government Public Relations; Publications; New Media; Website.

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Public Relations Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka melalui media Website serta untuk mengetahui apa faktor penghambat dan pendukung dari strategi yang telah dijalankan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian kualitatif deskriptif serta paradigma konstruktivisme. Adapun yang menjadi objek di dalam penelitian ini adalah strategi Humas yang dilaksanakan oleh Public Relations Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka dan subjek dari penelitian ini Public Relations instansi terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relations instansi terkait telah melakukan strategi dalam kegiatan publikasi program Kampus Merdeka sesuai dengan konsep Public Relations yang ada yaitu Fact Finding, Planning, Implementing, dan Evaluating, seluruh kegiatan sudah dilakukan didukung dengan adanya faktor pendukung. Namun, terdapat faktor penghambat seperti kurangnya sumber daya manusia dan kurangnya komunikasi dua arah pada laman Website.

Kata Kunci: Strategi Humas; Humas Pemerintahan; Publikasi; Media Baru; Website.

PENDAHULUAN

Adanya perkembangan teknologi informasi sangat menguntungkan berbagai sektor yang ada pada kehidupan kita. Salah satu sektor yang menerima dampak besar dari perkembangan teknologi informasi dan internet adalah pendidikan. Dalam dunia

pendidikan, keberadaan teknologi informasi tidak terbantahkan dan menjadi pendukung terpenting dalam perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompleks, sehingga dapat diandalkan untuk memberikan inovasi dan pemecahan pada semua masalah yang ada.

Dengan terjadinya perkembangan teknologi informasi dan internet, tentunya sangat memberikan keuntungan yang besar bagi dunia pendidikan. Dengan teknologi informasi yang ada, sangat memudahkan eksplorasi materi pembelajaran, pembuatan penelitian, tersedianya buku dengan kualitas tinggi, hingga diskusi dengan pakar dari berbagai belahan dunia. Semua itu dapat dilakukan tanpa adanya hambatan ruang dan waktu. (Suripto et al., 2014)

Salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi bersama dengan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi adalah Kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka. Kampus Merdeka adalah sebuah program untuk membentuk pembelajaran universitas yang mandiri dan fleksibel untuk menciptakan budaya belajar yang inovatif, bebas, dan berorientasi pada kebutuhan mahasiswa yang diharapkan menjadi solusi untuk menyiapkan mahasiswa dalam menghadapi perubahan sosial dan budaya, dunia kerja, serta kemajuan teknologi yang semakin pesat. Program ini diharapkan menjadi sebuah jawaban dari atas tuntutan yang ada terhadap perkembangan dunia pendidikan.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) No. 3 Tahun 2020 Pasal 15 ayat 1, bentuk kegiatan pembelajaran yang masuk ke dalam program Kampus Merdeka antara lain yaitu program pertukaran pelajar, magang/praktik kerja, asistensi mengajar di satuan pendidikan, penelitian riset, proyek kemanusiaan, kegiatan wirausaha, studi proyek/independen hingga membangun desa/kuliah kerja nyata tematik. Tujuan dari diimplementasikannya kegiatan pembelajaran ini adalah untuk meningkatkan *soft skills* maupun *hard skills* sehingga dapat tetap dapat beriringan dengan perkembangan zaman untuk menyiapkan lulusan perguruan tinggi yang unggul. Serta program ini dibentuk menjadi suatu fasilitas bagi mahasiswa untuk dapat mengembangkan potensi sesuai minat dan bakat.

Program ini kemudian menerima beberapa kritik dari publik. Dikutip dari artikel *online* Tugu Malang pada tanggal 27 Agustus 2021 “Merdeka Belajar Kampus Merdeka Kurang Sosialisasi?” – (Tugumalang.Id, 2021) ada beberapa pernyataan dari sepuluh orang mahasiswa di salah satu universitas di kota Malang yang enggan untuk mengikuti program Kampus Merdeka karena kurang cukupnya pengetahuan secara materi mengenai program tersebut diakibatkan dari kurangnya informasi mengenai program terkait. Beberapa mahasiswa mengakui bahwa kurang memahami urgensi dari mengikuti program terkait dikarenakan kurangnya informasi seputar program sehingga merasa dirinya kurang kompeten untuk mengikuti program Kampus Merdeka.

Menurut berita harian Republika per tanggal 7 Desember 2021 dengan judul artikel “Kemdikburistek Diminta Cairkan Uang Saku Magang” (Astungkoro, 2021). Melihat sumber yang dijelaskan, bahwa menurut mahasiswa yang merupakan salah satu peserta program Kampus Merdeka bahwa kurang adanya informasi mengenai keterlambatan pemberian uang saku dari program Magang Bersertifikat dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang merupakan salah satu program di dalam ruang lingkup program Kampus Merdeka yang mereka ikuti selama kurang lebih empat bulan. Kemudian berdasarkan catatan kelompok Aspirasi Mahasiswa Magang Kampus Merdeka Angkatan I, uang saku peserta program pada bulan Agustus 2021 masih ada di status terlambat diberikan kepada 192 mahasiswa sementara itu pencairan uang saku di bulan September masih terlambat diberikan kepada kurang lebih 3.000 mahasiswa.

Mengutip dari unggahan akun *Instagram* @narasinewsroom pada Desember 2021 yang menyebutkan bahwa para peserta program Magang dan Studi Independen Bersertifikat

Kampus Merdeka memunculkan petisi bertajuk “Tolong Realisasikan Uang Saku Peserta Magang & Studi Independen Kampus Merdeka Angkatan-1” lewat kanal petisi change.org yang per-bulan April 2022 sudah ditanda tangani oleh 11.494 orang.

Menurut Edward III melalui Nurani (2009) bahwa salah satu variabel yang krusial dalam mengimplementasikan kebijakan adalah komunikasi. Menurutnya komunikasi yang menjadi alat bagi penyampaian ide dan peraturan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah kebijakan agar berjalan secara efektif, karena dengan adanya komunikasi yang baik hal itu mengartikan pelaksana dari keputusan tersebut tahu apa yang mereka lakukan. Komunikasi itu juga harus dilakukan secara akurat dan cermat. Menurut Edward III proses komunikasi dalam implementasi kebijakan harus berjalan secara transmisi, konsistensi, dan kejelasan (*clarity*). Kemudian karena hubungan yang dilakukan organisasi maupun perusahaan tidak lepas dari munculnya opini di dalam masyarakat. Maka dari itu penting sekali bagi praktisi humas untuk melakukan respons dari rangsangan yang ada. Jika rangsangan ditolak, proses selanjutnya tidak akan berjalan. Sebaliknya, jika rangsangan itu diterima berarti terdapat komunikasi. (Soemirat & Ardianto, 2002)

Sama halnya dengan Public Relations pada perusahaan, Public Relations dalam sebuah instansi pemerintahan juga dijadikan sebagai jembatan penghubung antara instansi dengan publiknya. Dalam lembaga pemerintahan, seorang Public Relations juga menjadi sumber informasi dengan menjelaskan kebijakan serta kegiatan yang ada di dalam sebuah instansi pemerintahan yang diwakilinya. Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, perlu dilakukan pemilihan media yang tepat agar proses penyampaiannya dapat efisien dan efektif. Masyarakat modern perlu mewaspadaai teknologi agar penggunaan media baru, termasuk jejaring sosial dan *Website*, dapat menjadi sarana penyampaian informasi yang efektif kepada masyarakat.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi telah terbuka atas informasi publik yang menjadi kewajiban bagi instansi pemerintah untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat. Dalam fenomena ini, humas Ditjen Diktiristek menggunakan Website resmi pemerintah yaitu dikti.kemdikbud.go.id dalam berkomunikasi dan memberi informasi mengenai kebijakan dan program Kampus Merdeka.

Melihat dari data terbuka mengenai *traffic* Website resmi Ditjen Diktiristek yaitu dikti.kemdikbud.go.id. Selama bulan Januari hingga Maret 2022 terjadi peningkatan *visitor* sebanyak 10.91%. Melihat data tersebut, maka dari itu Ditjen Diktiristek dijadikan objek peneliti untuk melihat bagaimana strategi humas yang dilakukan menggunakan salah satu teknologi informasi yaitu Website sebagai media utama instansi dalam menyampaikan informasi.

Menurut data lain, ada lima kata kunci yang dicari oleh pengguna internet di mesin pencarian Google yang menambah jumlah pengunjung Website dikti.kemdikbud.go.id. Kata kunci kedua terbanyak adalah MSIB (Magang Bersertifikat dan Studi Independen Bersertifikat). Dilihat dari data, sebanyak 2.51% dari pengunjung Website mencari kata kunci MSIB untuk pada akhirnya mengunjungi Website terkait pada periode bulan Januari hingga Maret 2022. Hal ini membuktikan bahwa, sebagian dari pengunjung Website resmi Ditjen Diktiristek mengunjungi laman untuk mendapatkan informasi seputar program Kampus Merdeka.

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dari penelitian ini adalah penelitian sejenis yang dilakukan oleh Nadia Citra Utami dengan judul “Analisis Website Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KEMENPANRB)” dari jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), 2018. Penelitian ini mencoba mengkaji bagaimana penerapan *Webstie* www.menpan.go.id dalam melakukan penyebaran informasi dan komunikasi bagi publik internal maupun eksternal lembaga. Sehingga publik dapat memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan mudah dan nyaman melalui media

komputer yang terkoneksi internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjabarkan konten pada Website www.menpan.go.id yang disampaikan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara. Metode dari penelitian ini adalah metode kualitatif.

Penelitian kedua yang berjudul “Penggunaan Website Sebagai Sarana Komunikasi Perusahaan (Studi Pada Website Perusahaan Jasa Konstruksi www.bintangjayasantika.com)” oleh Ariemas Putri Prasanti mahasiswa Universitas Al Azhar Indonesia. Penelitian ini menggunakan enam kerangka pemikiran yaitu Public Relations, Komunikasi Perusahaan, *Cyber Public Relations*, *Media Public Relations*, *Media Digital*, dan Website sebagai media Public Relations. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui seberapa komunikatif penyajian informasi yang dilakukan oleh PT. Bintang Jaya Santika.

Konsep pertama yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep *4 Steps of Public Relations* oleh Cutlip, Center dan Broom (1982) yang merumuskan empat landasan pedoman melaksanakan penelitian untuk program Public Relation yaitu (1) *Fact Finding*, (2) *Planning and Decision Making*, (3) *Communication and Action*, (4) *Evaluation*.

Konsep kedua yang digunakan adalah unsur-unsur 7Cs oleh Cutlip (2009) yang merupakan prinsip-prinsip kunci pelaksanaan program kehumasan, antara lain: (1) Kredibilitas (*Credibility*), (2) Konteks (*Context*), (3) Isi (*Content*), (4) Kejelasan (*Clarity*), (5) Kontinuitas dan Konsistensi (*Continuity and consistency*), (6) Saluran (*Channel*), (7) Kapasitas atau Kemampuan Audiens (*Capability of the audience*).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *New Media Theory* atau New Media merupakan teori yang dikemukakan oleh Pierre Levy yang menyatakan bahwa media baru adalah teori yang membahas tentang perkembangan media. Dalam teori ini terdapat dua sudut pandang, yang pertama adalah representasi interaksi sosial yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy melihat *www* (*world wide web*) sebagai ruang informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan orang sebagai pengguna mengembangkan konsep pengetahuan baru.

Sudut pandang kedua mengacu pada sudut pandang integrasi sosial, yang menggambarkan bahwa media bukan dalam bentuk informasi, interaksi dan penyebaran, tetapi media dalam bentuk ritual atau bagaimana orang menggunakan media sebagai cara untuk membuat perusahaan. Media bukan hanya sarana untuk memberikan informasi atau sarana untuk mencapai suatu kepentingan, media juga dapat menempatkan kita dalam suatu bentuk masyarakat dan membuat kita merasa seolah-olah kita memilikinya.

Teori lain yang digunakan pada penelitian ini adalah *Excellence Theory* merupakan teori yang dikaji oleh James E. Grunig dari Universitas Maryland yang merupakan sebuah teori yang digunakan untuk menjelaskan pengetahuan teoritis dan penemuan penelitian oleh *The Internasional Assosication of Bussiness Communicators (IABC)*. Grunig juga mengemukakan empat dimensi model Public Relations. Dimensi humas dapat berkontribusi pada pengembangan Publik Relations lebih lanjut kedua puluh satu. Pada penelitian ini, peneliti akan lebih berfokus pada salah satu model dari empat model Public Relations yang ada yaitu Public Information model, model ini merupakan model yang di mana melakukan praktik penyebaran informasi yang dilakukan secara etis oleh perusahaan atau organisasi dengan menyebarkan informasi yang akurat kepada masyarakat.

Permasalahan dari penelitian ini adalah dalam pemanfaatan teknologi informasi khususnya Website, diperlukan sebuah strategi humas, yang merupakan perpaduan dari sebuah perencanaan komunikasi dan manajemen untuk menghasilkan solusi agar perusahaan atau instansi dapat mencapai suatu tujuan. Hal ini penting untuk dilakukan karena mayoritas fenomena yang ada, Humas dari sebuah perusahaan dan instansi menggunakan Website untuk menjalin hubungan baik dengan publiknya baik internal maupun eksternal dengan cara menyebarkan informasi. Dalam prosesnya diperlukan

strategi yang tepat dalam penyusunan pesan hingga penyesuaian teknik komunikasi dengan publik yang tepat sasaran. Sehingga berdasarkan hal ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap strategi yang dilakukan oleh humas Ditjen Diktiristek dalam melakukan publikasi program Kampus Merdeka melalui Website pemerintah serta apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi humas Ditjen Diktiristek dalam mengimplementasikan strategi dalam kegiatan publikasi seputar program Kampus Merdeka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka melalui media *Website*, untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi humas, serta mengetahui bagaimana pemahaman dan partisipasi pelaksanaan program Kampus Merdeka.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Honebein (1996) menggambarkan paradigma konstruktivisme sebagai pendekatan yang menegaskan bahwa orang membangun pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri tentang dunia melalui mengalami hal-hal yang beragam dan merenungkan pengalaman-pengalaman. Hal ini didasarkan pada analogi atau dasar bahwa orang membentuk atau membangun banyak dari pengalaman yang mereka pelajari. Pendekatan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif yang merupakan merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis serta rinci mengenai karakteristik bidang tertentu. Pada penelitian ini akan dilakukan upaya untuk menggambarkan sebuah situasi atau kejadian dari fenomena yang akan diteliti.

Subjek penelitian atau *key informan* dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Doddy Zulkifli sebagai Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek dan juga Muhammad S. Fajri selaku staf Humas Ditjen Diktiristek. Karena beliau merupakan orang yang berkompeten dalam membuat seluruh produk penulisan dan strategi dari kegiatan Public Relations Ditjen Diktiristek. Kemudian narasumber pendukung lainnya adalah Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si selaku pakar hubungan masyarakat yang dilakukan untuk melakukan pengabsahan dari data-data yang sudah diterima oleh peneliti.

Penelitian akan dilakukan dengan pelaksanaan wawancara dan pengamatan mengenai kinerja Humas Ditjen Diktiristek dalam melakukan strategi pada publikasi program Kampus Merdeka lewat media *Website*.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis triangulasi, yaitu merupakan serangkaian teknik pemeriksaan keabsahan data dengan peneliti sebagai fasilitator penguji validitas dengan menggunakan berbagai sumber lain pada pengecekan sebagai pembanding. Menurut (Ruslan, 2017) teknik triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat digunakan sebagai upaya untuk menghindari perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dari data yang berasal dari kejadian yang berhubungan dari berbagai pandangan berbeda.

Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang dipilih adalah triangulasi sumber, yang merupakan sebuah jenis uji keabsahan data yang prosesnya menginformasi data yang sudah diperoleh kepada sumber yang berbeda dengan tujuan untuk memberikan konfirmasi serta keyakinan kepada peneliti bahwa data tersebut sudah konkret dan sah yang kemudian dapat dilampirkan sebagai data dari penelitian. (Hermawan & Amirullah, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini akan diteliti bagaimana strategi yang dilakukan oleh Humas Ditjen Diktiristek, maka pihak-pihak yang dipilih sebagai informan pada penelitian ini merupakan pihak yang langsung di lapangan mengerjakan dan mengurus langsung kegiatan

publikasi yang dilakukan oleh Ditjen Diktiristek. Hal ini dilakukan agar peneliti benar-benar mendapatkan data yang valid yang didapat secara jelas, lengkap, dan kredibel. Narasumber utama pada penelitian ini adalah Team Humas dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, antara lain Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek dan Kepala Bagian Diseminasi Informasi Ditjen Diktiristek.

Hasil penelitian pertama akan dideskripsikan menggunakan empat proses tahapan Public Relations oleh Cutlip untuk mendeskripsikan tahapan yang dilakukan oleh Tim Humas Dikti untuk membentuk strategi Humas Ditjen Diktiristek dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka melalui media Website.

Fact Finding (Pencarian Fakta).

Tahap pencarian fakta merupakan tahap yang memberikan sebuah landasan kepada semua tahap proses perencanaan program atau pemecahan sebuah masalah dengan mengidentifikasi apa yang sedang terjadi di organisasi atau perusahaan. Pada tahap ini dilakukan penyelidikan kepada publik yang dipengaruhi oleh kebijakan organisasi dalam bentuk opini, perilaku, dan sikap mereka. (Cutlip & Scott M, 2005)

Dalam pencarian fakta mengenai perencanaan strategi humas melalui publikasi tentang Program Kampus Merdeka, Tim Humas Dikti terlebih dahulu sudah mengetahui alasan mengapa harus dilakukannya kegiatan publikasi. Hal ini dilihat dari program Kampus Merdeka yang masih sangat baru sehingga diperlukannya kegiatannya publikasi untuk mensosialisasikan dan mengedukasi masyarakat mengenai program tersebut serta kebijakan yang ada di dalam program tersebut.

Dalam melakukan kegiatan publikasi, sebelumnya Tim Humas Ditjen Diktiristek telah melakukan berbagai jenis survei terkait dengan layanan dan kepuasan terhadap Website yang dimiliki oleh Ditjen Diktiristek. Website menjadi media utama bagi instansi tersebut karena Website merupakan muka dari sebuah instansi pemerintahan. Dikarenakan semua masyarakat lebih cenderung mengakses Website, maka tim Humas Dikti melakukan serangkaian survei untuk pencarian data yang dapat digunakan sebagai rujukan pembuatan sebuah rencana sebuah kegiatan publikasi bagi suatu program, seperti yang diungkapkan oleh Doddy selaku Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek “Alasan kenapa kami masih memilih laman Website kami itu adalah wajah dari Ditjen Dikti yang dilihat oleh banyak orang itu adalah laman kami. Jadi kalau kita cari sesuatu pasti jaman sekarang orang akan langsung mencari dari laman.”

Planning and Decision Making (Perencanaan dan Pengambilan Keputusan).

Tahap perencanaan dan pengambilan keputusan merupakan tahap di mana humas melakukan serangkaian proses untuk menjawab apa yang harus dilakukan, dikatakan, atau diubah. Pada tahap ini, dikumpulkan data-data yang telah diperoleh untuk dijadikan latar belakang dibuatnya suatu keputusan tentang program, strategi, dan taktik komunikasi. (Cutlip & Scott M, 2005)

Dalam tahap perencanaan dan pengambilan keputusan, Tim Humas Ditjen Diktiristek secara bersama terlibat dalam setiap proses pembuatan konten yang di dalamnya terdapat strategi pembuatan konten, strategi komunikasi, hingga visual yang hal ini dapat dilakukan juga dengan arahan pimpinan serta tujuan dari kegiatan publikasi yang sudah jelas dan nyata.

Communication and Action (Komunikasi dan Aksi).

Tahap ini merupakan tahap dilakukannya implementasi dari rencana yang dibuat mengenai program serta menerapkan tindakan dan teknik komunikasi yang telah dibuat.

Pada tahap ini harus diketahui, bagaimana implementasi rencana akan dilakukan, siapa yang akan menyampaikan, dan di mana komunikasi akan dilakukan. (Ruslan, 2010)

Dalam melaksanakan aksi dalam melakukan publikasi program Kampus Merdeka, Tim Humas Ditjen Diktiristek mengolah informasinya secara bersama menggunakan strategi komunikasi yang kemudian kegiatan tersebut disebarkan menggunakan Website sebagai media utama dan juga disebarkan kepada media-media lain yang kemudian di evaluasi berdasarkan data yang ada dari kegiatan publikasi tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Doddy Zulkifli selaku Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek “Dalam membuat konten itu bukan berarti hanya asal membuat konten saja, tetapi ada strategi komunikasi yang dilakukan dibalik setiap konten yang kita hadirkan. Kemudian yang pasti sebenarnya juga konten yang kita keluarkan kita buat dengan sebaik mungkin dan semenarik mungkin. Misalnya menarik dari segi desain, baik dari sisi penulisannya, dari sisi file-file atau isu-isu yang sedang sering dibicarakan di luar sana. Tiga hal itu yang menjadi hal utama untuk membuat konten publikasi dapat dipercaya.”

Evaluating (Evaluasi). Setelah rencana sudah diimplementasikan dan dikomunikasikan maka tahap yang harus dilakukan adalah evaluasi. Pada tahap ini dilakukan kegiatan penelitian dari hasil implementasi program yang telah dilakukan. Berdasarkan umpan balik dari program, dapat dievaluasi dan dinilai apakah kegiatan yang dilakukan berhasil atau tidak. (Ruslan, 2010)

Dalam setiap kegiatan publikasi yang dikeluarkan oleh Ditjen Diktiristek mengenai program Kampus Merdeka melalui media Website, sudah dilakukan berbagai kegiatan evaluasi. Mulai dari survei kepuasan pada Website yang dilaksanakan dengan memanfaatkan fitur pop-up survei dan juga rapat setiap bulannya yang diadakan untuk mengevaluasi berbagai kategori yang perlu diperhatikan dalam kegiatan publikasi. Sesuai dengan keterangan dari Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek Doddy Zulkifli “Masyarakat yang mengunjungi laman Website Dikti untuk mendapatkan informasi nanti ada pop-up survey untuk menilai laman Dikti, apa kurangnya, dan apa yang harus diperbaiki. Kemudian hasil dari survei tersebut akan kita kumpulkan informasinya. Jadi memang kita melakukan metode survei dengan melibatkan para publik untuk mengetahui apa yang harus diperbaiki dari kinerja kita.” Tim Humas Ditjen Diktiristek membutuhkan umpan balik dari masyarakat terhadap strategi yang dilakukan dalam publikasi program Kampus Merdeka melalui media Website dan juga media-media lainnya. Data tersebut menjadi penting bagi berkembangnya perencanaan kegiatan serupa untuk ke depannya.

Tim Humas Ditjen Diktiristek secara bersama mengelola pesan sedemikian rupa sehingga dapat diterima oleh *stakeholders* yang dimiliki oleh instansi. Tentunya kegiatan tersebut dibantu dengan berbagai teknologi yang ada pada era ini, salah satunya adalah Website yang ditujukan untuk menjangkau masyarakat seluas mungkin dengan harapan masyarakat akan teredukasi dan berpartisipasi terhadap program Kampus Merdeka.

Maka dari itu, peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian terkait proses komunikasi yang dilakukan oleh Tim Humas Ditjen Diktiristek melalui publikasi program Kampus Merdeka di media Website dengan menggunakan Tujuh C dari kegiatan komunikasi Public Relations oleh Cutlip, yang antara lain:

Credibility (Kredibilitas). Sebuah organisasi atau instansi harus memberikan performa yang baik dalam melayani dan memberikan informasi kepada publiknya, sebuah organisasi harus terus berkaca dan mengevaluasi ketulusannya dalam melayani publiknya. Karena hal-hal tersebut merupakan hal yang dapat membentuk sebuah ruang kepercayaan dari publik kepada organisasi, ruang kepercayaan adalah awal dari kegiatan komunikasi. (Cutlip et al., 2009).

Tim Humas Ditjen Diktiristek telah melakukan upaya mulai dari kualifikasi sumber daya manusia yang dipilih untuk menjalin komunikasi melalui publikasi dan juga cara lain

agar masyarakat dapat merasa bahwa aspirasinya di tanggapi melalui kanal-kanal penyaluran aspirasi. Hal ini bertujuan agar masyarakat terus memiliki rasa percaya kepada instansi secara umum maupun informasi-informasi yang dipublikasikan oleh instansi untuk membentuk iklim yang baik bagi berjalannya kegiatan komunikasi.

Context (Konteks). Sebuah pesan yang disampaikan melalui komunikasi, isinya harus sesuai dengan apa yang ada di lingkungan atau lapangan. Pesan dalam berkomunikasi konteksnya harus menyediakan ruang untuk partisipasi dan umpan balik, harus mengkonfirmasi kejadian yang sesungguhnya, dan tidak bertentangan dengan kejadian yang sesungguhnya. Komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang juga mendukung. (Cutlip & Center, 2013)

Dalam melakukan kegiatan publikasinya, Tim Humas Ditjen Diktiristek selalu mengangkat topik yang sedang unggul mengenai kegiatan maupun program instansi. Program Kampus Merdeka merupakan program yang beritanya sering dicari oleh masyarakat, maka dari itu Tim Humas Ditjen Diktiristek secara konsisten mengeluarkan informasi dan berkomunikasi kepada publik mengenai program tersebut dan berbagai program turunannya. Desain pesan yang disampaikan pun menyesuaikan target yang dituju oleh program ini. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh M. S. Fajri selaku Staf Humas Ditjen Diktiristek "Karena target kita adalah teman-teman dari perguruan tinggi dan kebanyakan khalayak kita adalah mahasiswa, jadi pesan harus kita kemas secara apa yang sedang populer, bahasa-bahasa yang kita gunakan singkat, jelas, tapi esensi informasinya dapat. Karena yang penting kita sesuaikan dengan khalayak kita dan publik sasaran kita".

Content (Isi). Dalam berkomunikasi, secara umum orang-orang akan memilih pesan yang bermanfaat bagi mereka. Maka dari itu dalam komunikasi, pesan yang disampaikan harus memiliki suatu arti bagi komunikan sebagai penerima pesan, pesan harus memiliki nilai tertentu yang relevan dengan situasi yang dialami oleh penerima pesan. (Cutlip & Center, 2013)

Untuk menentukan isi dari publikasi yang disampaikan mengenai program Kampus Merdeka, proses yang dilakukan beragam dengan bantuan dari berbagai pihak. Serta jenis dari materi dan informasi yang dikeluarkan juga beragam untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Clarity (Kejelasan). Dalam komunikasi, Cutlip berpendapat dalam bukunya *Effective Public Relations*, (2013) bahwa pesan yang disampaikan harus semakin dibuat secara sederhana apabila semakin jauh pesan tersebut akan disebarkan. Informasi yang ada harus dibalut dengan pemilihan kata yang sederhana dan memiliki arti yang sama bagi masyarakat secara luas. Isu-isu yang bersifat kompleks pun dapat disederhanakan dengan membentuk tema, slogan, ataupun stereotip yang mudah dipahami. (Cutlip & Center, 2013)

Humas Ditjen Diktiristek mempublikasikan informasinya untuk masyarakat umum, dan dengan itu maka dilakukan usaha untuk menyampaikan pesannya secara informatif dan sederhana mengikuti kaidah bahasa dari publik yang dituju yaitu pada hal ini yang utama adalah mahasiswa, serta Website sebagai media utama publikasi juga di program sedemikian rupa agar memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengaksesnya menggunakan berbagai perangkat.

Continuity and consistency (Kontinuitas dan Konsistensi). Komunikasi merupakan suatu proses yang tiada hentinya. Dalam berkomunikasi dibutuhkan pengulangan pesan agar pesan tersebut dapat di mengerti, di ingat, yang pada akhirnya dapat mempersuasi penerima pesan tersebut untuk bersikap atau bertindak. Repetisi pesan dapat dilakukan dengan berbagai cara yang beragam. Selain itu pesan yang disampaikan harus bersifat kontinuitas dan tidak disampaikan oleh beragam suara dari satu organisasi yang sama melainkan satu suara saja. (Cutlip & Center, 2013)

Dalam kegiatan publikasi program Kampus Merdeka, Tim Humas Ditjen Diktiristek berupaya untuk melakukan kegiatan publikasi dan penyampaian informasi setiap hari. Informasi yang disebarkan pun beragam, untuk informasi dari kegiatan yang dilakukan oleh Ditjen Diktiristek sendiri, Tim Humas berupaya untuk menyebarkan pesan tersebut di hari yang sama kegiatan itu dilaksanakan atau sehari setelahnya. Namun, bagi laman yang disediakan oleh instansi bagi peserta Kampus Merdeka ataupun perguruan tinggi untuk menyampaikan informasi, akan selalu di buka setiap harinya sehingga informasi akan terus berjalan tidak hanya dari internal instansi namun juga dari eksternal instansi. Hal ini di dapat dari pernyataan M. S. Fajri selaku Staf Humas Ditjen Diktiristek “Kalau untuk kegiatan publikasinya sendiri, kita hampir setiap hari melakukan kegiatan publikasi baik itu pengumuman dan berbagai macam informasi lainnya dan juga kita membuka kesempatan publikasi bagi teman-teman perguruan tinggi.”

Channel (Saluran). Pemilihan saluran komunikasi merupakan suatu hal yang penting. Saluran komunikasi yang dipilih harus sesuai dengan publik yang menjadi sasaran karena setiap orang memiliki pendapat yang berbeda mengenai nilai yang dimiliki oleh setiap media yang digunakan organisasi. Setiap media pun akan menghasilkan efek yang berbeda juga. Kehadiran media baru juga dapat memfasilitasi publik untuk secara langsung berpartisipasi dalam kegiatan komunikasi tanpa adanya hambatan ruang dan waktu. (Cutlip & Center, 2013)

Tim Humas Ditjen Diktiristek memilih Website sebagai media utama yang digunakan karena sebagai instansi pemerintahan, Website merupakan media utama yang akan diakses oleh masyarakat untuk mencari informasi terkait program-program pemerintah. Kemudian media-media lain pun digunakan dengan tujuan untuk mempublikasikan informasi seluas-luasnya.

Capability of The Audience (Kapasitas atau Kemampuan Audiens). Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang di mana pesannya dapat dimengerti dengan baik oleh penerima pesan. Maka dari itu pengirim pesan harus tahu betul kemampuan, ketersediaan, dan pengetahuan publik sasarannya. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila penerima pesan tidak perlu mengeluarkan banyak usaha untuk mengerti isi dari pesan. (Cutlip & Center, 2013)

Untuk membangun komunikasi yang efektif, Tim Humas Ditjen Diktiristek mengemas informasi dengan gaya penulisan, cara penyampaian, desain visual, serta pemilihan media yang sesuai dengan publik yang menjadi sasaran.

Pada penelitian ini juga hasil dari penelitian diimplementasikan kepada Teori New Media dan The Excellence Theory untuk menganalisis strategi humas yang sudah digunakan mulai dari pemanfaatan teknologi dan fitur-fitur yang ada pada Website hingga model humas yang diimplementasikan oleh humas Ditjen Diktiristek.

Faktor Pendukung dan Penghambat: Dalam setiap kegiatan yang dijalankan sebuah instansi, untuk mencapai tujuannya dengan efektif maka ada faktor-faktor pendukung yang mendorong keberhasilan kegiatan tersebut. Namun, ada juga faktor-faktor yang menjadi penghambat dari kegiatan yang dijalani oleh sebuah organisasi. Teknologi merupakan salah satu faktor terbesar yang menjadi pendukung di dalam kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Humas Ditjen Diktiristek. Hal ini dilihat dari media-media yang digunakan oleh Humas dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka. Website menjadi kanal utama dari instansi dilengkapi dengan media-media sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook. Hal ini dijelaskan oleh Doddy Zulkifli selaku Sub Koordinator Humas Ditjen Diktiristek “Website kita ini adalah kanal utama atau kanal official dari Dikti. Kita ingin memasang dan menginformasikan apa pun, misalnya seperti berbagai pengumuman, ada pembukaan program Kampus Merdeka, atau pembukaan program lainnya, pengumuman seleksi apa pun itu pasti kita tampilkan di Website resmi Dikti.”

Faktor pendukung lainnya adalah keterlibatan dari publik di antaranya yaitu para peserta program Kampus Merdeka yang ikut serta untuk memberikan informasi langsung pada laman yang sudah disediakan oleh instansi.

Dengan adanya faktor pendukung, terdapat juga faktor penghambat yang dihadapi oleh Humas Ditjen Diktiristek dalam kegiatan publikasi mengenai program Kampus Merdeka. Faktor penghambat yang dihadapi adalah kurangnya sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan untuk membuat dan membungkus suatu informasi dan mengubahnya menggunakan gaya bahasa dan teknik penyampaian yang sesuai dengan publik instansi yang beragam. Hal ini disampaikan oleh Humas Ditjen Diktiristek bahwa dalam kegiatan publikasi dan penyampaian informasi, Tim Humas menghadapi kesulitan dalam menerjemahkan kalimat-kalimat yang formal yang berasal dari kebijakan-kebijakan program yang melibatkan mahasiswa. Kendala lain yang dihadapi adalah kesulitan bagi Humas Ditjen Diktiristek untuk mengetahui waktu yang tepat dalam mempublikasikan suatu informasi penting yang membutuhkan atensi masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya berita-berita nasional yang kerap juga hadir tepat bersamaan dengan adanya publikasi mengenai program Kampus Merdeka.

Pemahaman dan Partisipasi Pelaksanaan Program Kampus Merdeka. Sandra Oliver dalam bukunya yang berjudul *Strategi Public Relations*, mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir dibagi menjadi dua, yaitu hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran dari organisasi secara keseluruhan maupun strategi yang ada untuk masing-masing aktivitas yang dilakukan organisasi.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama Humas Ditjen Diktiristek, program Kampus Merdeka memiliki tujuan dan sasaran khusus yaitu untuk membentuk kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai program Kampus Merdeka sampai adanya partisipasi masyarakat pada program tersebut.

Hal ini terwujud dengan jumlah peserta program Kampus Merdeka menurut Ketua Project Management Officer Kampus Merdeka, pada tahun 2021 terdapat 300 ribu mahasiswa dari 2.100 perguruan tinggi dari seluruh Indonesia. Hal ini juga mendorong Ditjen Diktiristek meneruskan program ini pada tahun 2022 dengan adanya sub-program dari program Kampus Merdeka yaitu “Bangkit” yang sudah memiliki 63.000 pendaftar dari mahasiswa seluruh perguruan tinggi di Indonesia.

SIMPULAN

Secara kredibilitas, konteks, isi, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran, dan kapabilitas khalayak Ditjen Diktiristek dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka melalui media Website, sudah dijalankan dengan cukup baik. Proses perencanaan dengan mengidentifikasi latar belakang dilakukannya kegiatan publikasi Kampus merdeka yang dilakukan oleh Humas Ditjen Diktiristek sudah tergolong baik yang dapat dilihat dari latar belakang tersebut dapat menghasilkan tujuan yang jelas dan terinci terhadap kegiatan publikasi tersebut yaitu *awareness*, partisipasi, dan citra baik dari masyarakat. Ketiga tujuan yang jelas ini dapat dijadikan sebagai pendukung dan arah yang menjadi dasar dari kegiatan publikasi mengenai program Kampus Merdeka.

Dalam proses implementasi dan pembentukan pesan, Humas Ditjen Diktiristek berusaha untuk turun langsung kelapangan untuk mendapatkan informasi yang akurat melalui acara-acara tentang program terkait dan juga adanya kerja sama dengan pihak yang bertanggung jawab langsung akan program Kampus Merdeka. Humas Ditjen Diktiristek juga cukup paham bahwa sebagian besar publik sasarnya adalah mahasiswa yang membutuhkan informasi seputar program Kampus Merdeka, maka dari itu dilakukan upaya

untuk mengemas informasi dengan gaya bahasa yang mengikuti tren sesuai dengan kemampuan target sasaran.

Pada pemilihan medianya, Humas Ditjen Ditiristek memanfaatkannya secara maksimal media-media yang dimiliki oleh instansi. Media utama yang digunakan dalam kegiatan publikasi adalah Website yang merupakan wajah dari sebuah instansi pemerintahan. Dalam kegiatan ini terdapat faktor penghambat dan pendukung yaitu adalah kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian untuk menerjemahkan informasi yang memiliki gaya bahasa yang cenderung formal menjadi informasi yang memiliki gaya bahasa sesuai dengan target sasaran publik dari instansi. Kemudian faktor pendukung dari kegiatan ini adalah adanya keikutsertaan dari peserta program Kampus Merdeka untuk turut melakukan penyebaran informasi mengenai program terkait.

Secara keseluruhan, strategi humas Ditjen Diktiristek dalam mempublikasikan program Kampus Merdeka sudah dilakukan dengan cukup baik, melihat dengan adanya upaya pemenuhan informasi yang bertujuan untuk membentuk pemahaman dan partisipasi masyarakat, program Kampus Merdeka sudah diikuti oleh 300 ribu mahasiswa dari 2.100 perguruan tinggi di Indonesia dan diprediksi akan terus bertambah setiap tahunnya sebagai respons masyarakat yang menerima informasi dari kegiatan publikasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adom, D., Yeboah, A., & Ankrah, A. K. (2016). CONSTRUCTIVISM PHILOSOPHICAL PARADIGM: IMPLICATION FOR RESEARCH, TEACHING AND LEARNING. *Global Journal of Arts Humanities and Social Sciences*, 4(10), 1–9. www.eajournals.org
- Amien, M. (2005). *Kemandirian lokal: konsepsi pembangunan, organisasi, dan pendidikan dari perspektif sains baru*. Gramedia Pustaka Utama.
- Anandhita, Z. R., Kertahadi, & Suyadi. (2014). Analisa atas Desain Website E-commerce pada ZGS Game Shop. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Astungkoro, R. (2021, December 7). Kemendikbudristek Diminta Cairkan Uang Saku Magang. *Republika Online*.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian* (Vol. 6). Pustaka Pelajar.
- Berman, E. M. (2012). *The Practice of Government Public Relations*. Taylor & Francis Group, LLC.
- Bungin, B. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Prenada Media.
- Bungin, B. (2016). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Open University Press.
- Cutlip, & Center. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education Limited.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1982). *Effective Public Relations* (1st ed.). Prentice Hall.
- Cutlip, & Scott M, A. (2005). *Effective Public Relations* (8th ed.). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Cutlip, Scott, M., & Center, A. H. (2009). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana.
- dikti.kemdikbud.go.id Traffic Analytics & Market Share | Similarweb. (2022). <https://www.similarweb.com/website/dikti.kemdikbud.go.id/#traffic>
- Effendy. (1989). *Kamus Komunikasi*. PT. Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (2009). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. PT. Alumni.
- Four Models Of Public Relations Media Essay*. (2021, July 27).
- Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Pustaka Pelajar.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management* (1st ed.). Routledge.

- Grunig, J. E., Dozier, D. M., & Grunig, J. E. (2003). *Excellent Public Relations and Effective Organizations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410606617>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Heath, R. L. (2001). *Handbook of Public Relations*.
- Hendayana, Y. (2021). *Kedaireka dan Matching Fund untuk Akselerasi Reka Cipta Perguruan Tinggi dan DUDI – Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia*. Press Release Ditjen Diktiristek.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hernita P. (2010). *Membangun Website Tanpa Modal*. ANDI & Wahana Komputer.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. Kurnanto, Ed.). Alfabeta, cv.
- Jenderal, D., Tinggi, P., Pendidikan, K., & Kebudayaan, D. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*.
- Kriyantono, R. (2012). *Public relations writing: media production techniques, public realtions and corporate publicity*. <http://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20294768>
- Kuhn, T. S. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions* (2nd ed., Vol. 2). The University of Chicago.
- Lee, M. (2008). *Government public relations : a reader*. 425.
- Lievrouw, & Livingstone, S. (2006). *The Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6th ed.). Penerbit Salemba Humanika.
- Merdeka Belajar Kampus Merdeka Kurang Sosialisasi? - Tugumalang.id*. (2021, August 27).
- Miles, & Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative Data Analysis* (3rd ed.).
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. W., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Mangament*. Simon and Schuster.
- Morissan. (2006). *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Professional*. Ramdina Prakasa.
- Muktaf, Z. M. (2016). *Paradigma dalam Penelitian Kualitatif*.
- Nasir, M. (1999). *Metode Penelitian*. PT. Ghalia Indonesia.
- Norman, K. D., & Yvonna, S. L. (2019). *Handbook of Qualitative Research*.
- Nurani, D. (2009). *Analisis Implementasi Program Batuan Operasional Sekolah Pada SDN di Kota Jakarta Selatan*.
- Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relations*. Erlangga.
- Purwanto. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*.
- Rakhmat, J. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- RENCANA STRATEGIS DIKTI 2020-2024*. (2020).
- Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi 2020-2024*. (2020).
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Y. Novita, Ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2017a). *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, R. (2017b). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (1st ed., Vol. 7). Rajawali Pers.
- Semiawan, C. R. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Sibero, A. (2013). *Web Programming Power Pack*. MediaKom.

- Soemirat, Soleh., & Ardianto, Elvinaro. (2002). *Dasar-dasar public relations*. 209.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sulistyaningtyas, I. D. (2007). Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2).
- Suripto, Fatmasari, R., & Purwaningsih. (2014). *Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Dampaknya Dalam Dunia Pendidikan*.
- Theaker, A. (2004). *The Public Relations Handbook* (A. Theaker, Ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203600740>
- Thompson, J. L. (1995). *Strategy in Action* (Vol. 1). Chapman & Hall.