

**PEMANFAATAN MEDIA PUBLISITAS HUMAS UNIVERSITAS
HASANUDDIN DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM MERDEKA
BELAJAR KAMPUS MERDEKA 2021**

*Utilization Of Private Private Media Hasanuddin University In Distribution Of
Information Program Merdeka Learning Merdeka Campus 2021*

Oleh Cahaya

Cahayajamaluddin3@gmail.com

Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra
Universitas Muslim Indonesia

Abdul Majid

Abd.Majid@umi.ac.id

Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra
Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin M

Andimuttaqin@umi.ac.id

Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra
Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

The type of information submitted by PPID is information requested by the public while the information submitted by Public Relations is information related to activities and programs and things related to the needs of Hasanuddin University students. Media publicity is a publication tool used in disseminating information. This study aims to determine the role of Public Relations in utilizing the media publicity they have in this case is the Website unhas.ac.id and Instagram account with username @hasanuddin_univ regarding MBKM program information. This study uses descriptive qualitative approach, descriptive qualitative technique is a research method that utilizes qualitative data and described descriptively. The results showed that public relations of Hasanuddin University used their publicity media in disseminating information about the MBKM program in 2021. And also the message packaging strategy carried out by Hasanuddin University Public Relations can be considered satisfactory, by following the development of existing technology.

Keywords: *Public Relations, Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Media Publicity, utilization, message Packaging Strategy*

ABSTRAK

Jenis informasi yang disampaikan oleh PPID adalah informasi yang diminta oleh publik sedangkan informasi yang disampaikan oleh Humas adalah informasi yang berkaitan dengan kegiatan maupun program dan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan Mahasiswa Universitas Hasanuddin. Media Publisitas merupakan alat publikasi yang dimanfaatkan dalam menyebarkan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Humas dalam memanfaatkan media publisitas yang mereka miliki dalam hal ini adalah Website unhas.ac.id dan akun Instagram dengan *username* @hasanuddin_univ mengenai informasi program MBKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Universitas Hasanuddin memanfaatkan media publisitas mereka dalam menyebarkan Informasi mengenai program MBKM Tahun 2021. Dan juga Strategi pengemasan pesan yang dilakukan oleh Humas Universitas Hasanuddin dapat dinilai memuaskan, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Kata Kunci : *Humas, Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Media Publisitas, Pemanfaatan, Strategi pengemasan pesan*

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Suatu instansi maupun organisasi tidak dapat lepas dari peran hubungan masyarakat (HUMAS). Kehadiran Humas sangat dibutuhkan dalam membangun citra pada suatu instansi, untuk membangun relasi agar terciptanya hubungan yang saling memberikan *feedback* dan mencapai keuntungan tiap pelaku komunikasi. Menurut Lattimore, dkk. (2010 : 63) Humas adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi membantu mendefinisikan filosofis serta memfasilitasi perubahan organisasi menjadi lebih baik.

Peran Humas sangat memberikan dampak bagi perguruan tinggi khususnya pada perguruan tinggi Universitas Hasanuddin dalam menunjang kualitas mahasiswa karena Humas mencakup segala bentuk komunikasi yang terjalin antara perguruan tinggi dan mahasiswa yang memiliki kepentingan. Humas menurut definisi kamus yang diterbitkan oleh *Institute of Public Relations (IPR)* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya Ishaq (2017 : 4).

Universitas Hasanuddin merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Makassar, Sulawesi Selatan yang berdiri sejak 10 September Tahun 1956. Universitas Hasanuddin sekarang memiliki 21909 mahasiswa dan

1766 tenaga pengajar atau dosen. Universitas Hasanuddin menyediakan pendidikan pada 16 fakultas yang terbagi menjadi empat disiplin ilmu, yaitu sains dan teknologi, sosial dan humaniora, ilmu kesehatan, dan ilmu pertanian.

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh praktisi Humas jadi penentu segala aktivitas yang akan diikuti oleh mahasiswa perguruan tinggi UNHAS, mulai dari informasi mengenai akademik, kegiatan kampus maupun program-program dari pemerintahan. Salah satu program pemerintah yang bekerja sama dengan setiap perguruan tinggi adalah Kampus Merdeka. Kampus Merdeka merupakan bagian dari kebijakan Kampus Merdeka Belajar oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan sesuai bakat dan minat dengan terjun langsung ke dunia kerja sebagai persiapan karier masa depan.

Media Publisitas yang disediakan oleh Universitas Hasanuddin harus mampu menjadi pendukung dalam penyebaran informasi mengenai Program MBKM. Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dan Kampus Mengajar menjadi program Kampus Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kemendikbudristek yang paling diminati mahasiswa. Program ini tentu mampu mengasah kualitas output yang dihasilkan oleh mahasiswa agar memiliki daya saing yang tinggi.

Kajian Pustaka

Hubungan Masyarakat

Public relations adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen permasalahan dan isu, membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini public, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif, dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat komunikasinya. Harlow dalam Butterick (2012 : 7) Sedangkan Lattimore, dkk dalam Jauharri (2021 : 31) Mereka menyebut bahwa public relations adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, dalam hal ini, para praktisi public relations berkomunikasi bersama semua masyarakat baik internal maupun eksternal sama-sama membangun dan mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Public relations memiliki tujuan utama yaitu mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu

kesuksesan sebuah perusahaan hal ini diungkapkan oleh Jauharri (2021 : 37)

Media Publisitas

Seiring berkembangnya teknologi media publisitas ikut turut mengambil peran penting dalam proses komunikasi. Media memberikan keleluasaan khalayak mentransformasikan dirinya untuk memanfaatkan khalayak lainnya. Fungsi publikasi yang dilakukan oleh public relations melalui sistem produksi informasi, maka menempatkan public relations sebagai produsen informasi dan berita secara tunggal. Jauharri (2020 : 48). keberadaan internet yang telah mampu menjadikan dunia komunikasi dapat menjangkau pada ruang yang tidak terbatas, mampu memberikan layanan dan kemudahan untuk mendukung pekerjaan di bidang PR. Media publisitas memiliki beberapa platform untuk menyampaikan informasi, media publisitas yang berarti alat yang digunakan untuk melakukan kegiatan publikasi oleh organisasi maupun instansi dan dalam kegiatan ini memiliki keterkaitan dengan komunikasi massa di mana aktivitas komunikasi yang dilakukan melalui cara publikasi tentu membutuhkan massa atau masyarakat sehingga disebut sebagai komunikasi massa. Di era digitalisasi dan globalisasi media *online* yang dipandang sebagai media interaktif, keberadaan internet di tengah masyarakat saat ini dimanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan informasi dengan jangkauan dan kapasitas yang jauh lebih massif. Pengetahuan yang memadai dan kemudahan mengaksesnya membuat masyarakat semakin akrab dengan internet (website), sehingga sebgai khalayak

masyarakat kini mengonsumsi informasi sehari-hari melalui internet (website). Nurudin (2008 : 57)

Pemanfaatan Media Publisitas

Praktisi Humas mempunyai tuntutan untuk memanfaatkan media publisitas yang ada dan menyesuaikan dengan perkembangan *new media* terlebih dalam menjaga citra instansi serta menyebarkan informasi yang bersangkutan dengan instansi itu sendiri. Pejabat pengelola informasi dan dokumentasi yang disingkat PPID memiliki hak penuh serta kewajiban dalam keterbukaan informasi yang berhubungan dengan instansi tersebut. Membangun citra dengan memanfaatkan media yang ada merupakan strategi yang efektif. Nurudin (2008 : 6) menjelaskan bahwa Humas yang modern adalah Humas yang mampu memanfaatkan media karena manusia tidak dapat lepas dari media apapun yang dilakukan tidak dapat lepas dari media. Herlambang dalam Ishaq (2017 : 8) menjabarkan Humas merupakan fungsi manajemen yang menilai perilaku publik, yaitu menilai fenomena apa yang sedang terjadi saat ini, mengidentifikasi kebijaksanaan dan prosedur. Hal ini mengandung arti bahwa kegiatan Humas harus mampu mengidentifikasi kebijaksanaan apa yang diperlukan serta prosedur apa yang harus dilaksanakan. Identifikasi tersebut diperlukan untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan guna memperoleh pengertian dan sikap mau menerima dari publiknya. Kegiatan tersebut tidak dapat lepas dengan memanfaatkan media online yang ada. Pemanfaatan media publisitas akan

memudahkan tugas serta fungsi dari PPID dan Humas UNHAS dalam menyebarluaskan informasi, dengan adanya media sosial praktisi Humas yang ada pada Universitas hanya perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas serta terbukti keabsahannya agar mahasiswa dengan mudah menerima informasi sesuai dengan kebutuhannya sehingga media publisitas dapat dimanfaatkan oleh PPID, praktisi Humas Universitas Hasanuddin, dan mahasiswa.

PPID Universitas Hasanuddin

PPID merupakan kepanjangan dari pejabat pengelola informasi dan dokumentasi, dimana PPID ini berfungsi sebagai pengelola dan penyampaian dokumen yang dimiliki oleh badan publik sesuai dengan amanat UU 14/2008 tentang keterbukaan informasi publik. Universitas Hasanuddin juga memiliki struktural Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu mandate konstitusi, yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Universitas Hasanuddin sebagai badan publik sesuai kewenangan yang diberikan Undang-Undang, dengan harapan mendukung tata kelola pemerintahan yang baik, demi mewujudkan pencapaian Universitas Hasanuddin menuju *world class University* berbasis *humaniversity*. Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) bertugas mengkoordinasikan pengumpulan seluruh Informasi Publik dari setiap unit kerja di lingkungan

Universitas Hasanuddin yang meliputi : Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala, Informasi yang wajib tersedia setiap saat, Informasi terbuka lainnya yang diminta Pemohon Informasi Publik. Penelitian ini membahas mengenai website, ppid.unhas.ac.id dan unhas.ac.id di mana yang menjadi titik fokus adalah bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan media publisitas bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media yang disediakan oleh pihak Universitas dalam menunjang kegiatan dan informasi mengenai kampus itu sendiri.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Berbagai perubahan yang terjadi di segala bidang menjadi tantangan bagi beberapa lembaga terkhususnya bagi pemerintah. Pemerintah dituntut untuk lebih melek terhadap peningkatan sumber daya manusia agar lebih berkualitas di masa yang akan datang. Dengan cara memanfaatkan sumber daya manusia terkhususnya bagi Mahasiswa agar mampu bersaing dibidang teknologi menjadi lebih kompherensif dan multidisiplin agar mencetak lulusan yang mampu menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia, dan kemajuan teknologi. Maka dari itu Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (KEMDIKBUDRISTEK) membuat program kerja yaitu Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) untuk menunjang kemampuan Mahasiswa. Kebijakan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) terkait dengan kegiatan pembelajaran pada perguruan tinggi yang memberikan hak dan

kebebasan kepada mahasiswa untuk belajar di luar program studi selama tiga semester yang dapat diambil untuk pembelajaran di luar prodi dalam perguruan tinggi dan/atau pembelajaran di luar perguruan tinggi.

Teori Informasi Organisasi

Morissan (2013) mengatakan bahwa Karl Weick melihat organisasi sebagai suatu sistem yang menerima berbagai informasi yang membingungkan dan multitafsir dari lingkungannya dan berusaha untuk memahaminya. Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan, dalam derajat tertentu, adalah tidak pasti, tidak jelas dan membingungkan, dan kegiatan organisasi dirancang untuk mengurangi ketidakpastian informasi tersebut.

Teori Informasi Organisasi menjadi pendukung dalam penelitian ini keterkaitannya adalah bagaimana praktisi *public relations* dalam hal ini adalah PPIID UNHAS dan Humas UNHAS dalam mengumpulkan informasi-informasi yang masih belum jelas, tidak pasti atau masih ambigu dapat dirampungkan menjadi informasi yang pasti, dan jelas serta menyebarkanluaskannya kepada mahasiswa Universitas Hasanuddin. Baik informasi mengenai akademik, kegiatan maupun program-program yang dapat berguna dan diikuti oleh mahasiswa Universitas Hasanuddin, terlebih bagi mahasiswa yang mengikuti program MBKM dan yang masih kurang mengetahui mengenai informasi program tersebut.

Model *Public Relations*

Kegiatan praktisi *Public Relations* tidak dapat lepas dari aktivitas

komunikasi. Aktivitas komunikasi dalam sebuah instansi, lembaga maupun organisasi dan dalam kegiatannya ini praktisi *Public Relations* bergantung pada media massa yang juga menjadi public eksternal bagi instansi itu sendiri. Memahami betapa pentingnya fungsi *Public Relations* adalah dengan melalui penjelasan 4 model *Public Relations* itu sendiri. Lattimore, dkk. (2004) menyatakan bahwa tiga model pertama *press agency* atau *publicity*, *public information*, *two-way asymmetric* merefleksikan sebuah praktik public relations yang berusaha mencapai tujuan organisasi melalui persuasi. Sementara model keempat yaitu *two-way symmetric* menggambarkan sebuah orientasi *Public Relations* bahwa organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Lattimore, dkk. (2004) memberikan penjelasan mengenai keempat model *Public Relations* tersebut. *Press Agency* (agen pemberitaan) adalah sebuah model di mana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Model ini bermakna sama dengan promosi dan publisitas. Selanjutnya yaitu Informasi Publik, berbeda dengan agen pemberitaan karena tujuan utamanya adalah memberitahu publik mengenai suatu informasi dan bersifat komunikasi satu arah. Model selanjutnya yaitu model *Asimetris Dua Arah* model ini menerapkan metode riset ilmu social untuk mendapatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan oleh praktisi *Public Relations*. Model terakhir *Simetris Dua Arah*, orientasi *Public Realtions* tertuju pada organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus

pada penggunaan metode riset ilmu sosial serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi daripada persuasi satu arah.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media publisitas Humas UNHAS dalam penyebaran informasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021?
2. Bagaimana strategi Humas UNHAS dalam pengemasan informasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis Humas UNHAS memanfaatkan media Publisitas dalam penyebaran informasi program Merdeka Belajar Kampus Merdek Tahun 2021.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan strategi Humas UNHAS dalam mengemas infromasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021.

2. Metodologi

Tipe penelitian ini menggunakan tipe analisis deskriptif Menurut Strauss and Corbin dalam Ruslan (2004 : 212) bahwa *Qualitative Research* (Riset Kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Pertimbangan peneliti menggunakan metode ini karena ingin melakukan analisis deksriptif terhadap strategi dan pemanfaatan yang

dilakukan Humas Universitas Hasanuddin dan PPID Universitas Hasanuddin dalam menyebarkan informasi terkait program MBKM Tahun 2021. Bertujuan untuk menggambarkan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari - Mei 2022, Lokasi Penelitian ini bertempat di Universitas Hasanuddin Jl. Perintis Kemerdekaan No.Km.10, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90245. Informan pada penelitian ini adalah Humas UNHAS dalam hal ini Kepala Humas Universitas Hasanuddin, PPID UNHAS serta Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang ikut serta dalam program MBKM Tahun2021 dan mampu memberikan sumber informasi yang relevan dengan objek yang diteliti. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melalui wawancara bersama informan, menganalisis media publisitas Instagram dan Website Universitas Hasanuddin dan yang terakhir yaitu metode dokumentasi. Data dalam penelitian adalah data yang diperoleh dalam bentuk kalimat yang berarti hasil dari wawancara dengan informan yang telah memenuhi syarat. Pendekatan kualitatif maka peneliti akan lebih menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam bentuk konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal berhubungan dengan pemanfaatan informan terhadap media publisitas UNHAS (ppid.unhas.ac.id, unhas.ac.id dan @hasanuddin_univ). Analisis data adalah proses menyusun

secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung atau melalui analisis Website unhas.ac.id dan akun Instagram @hasanuddin_univ dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, memilih mana yang penting, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3. Hasil dan Pembahasan Pemanfaatan Media Publisitas Universitas Hasanuddin dalam penyebaran informasi MBKM 2021

Terhitung sejak dibukanya pendaftaran program MBKM 2021 hingga penarikan mahasiswa yaitu sepanjang tahun 2021 media publisitas Humas Universitas Hasanuddin @hasanuddin_univ telah mengunggah informasi terkait Program MBKM 2021 sebanyak 17 konten yang dipublikasikan. Tim Humas memberikan hastag #Unhas, #Communiversitas, #Humaniversity, #CatchWCU pada tiap *caption* yang diunggah hal ini sebagai bentuk pemanfaatan agar informasi mudah dicari serta ditemukan dan pada Website unhas.ac.id mengunggah sebanyak 21 artikel. Kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka memiliki 8 bentuk kegiatan yang di mana mahasiswa bebas mengikuti program yang mereka minati dan juga untuk meningkatkan *hard skills* dan *soft skills*.. Adapun 8 kegiatan tersebut adalah : Pertukaran Pelajar, Magang/Praktik Kerja, Kampus Mengajar, Penelitian/Riset, Proyek KemanusiaanKegiatan Wirausaha, Studi/Proyek Independen, Membangun Desa/Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik.

Mahasiswanya Universitas Hasanuddin yang ikut sebanyak 10.301 dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka sepanjang tahun 2021.

Adapun jumlah Program yang pihak Universitas Hasanuddin lakukan ada sebanyak 13 yaitu Sasrabahu (sistem pertukaran mahasiswa PTN-BH), Permata Merdeka (pertukaran mahasiswa semua PTN), KMB 3 PT (Konsorsium Merdeka Belajar 3 PT), Kampus Mengajar batch 1 dan 2, Program Bangkit, Permata Merdeka (pertukaran mahasiswa semua PTN), MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat), IISMA (Indonesian International Student Mobility Awards), KMMI (Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia), GNRM (Gerakan Nasional Revolusi Mental), PHP2D (Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa), dan Pejuang Muda Kemensos.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas Universitas Hasanuddin dapat memanfaatkan Media Publisitas dalam menyebarkan informasi mengenai program MBKM 2021 adalah dengan mengupload informasi maupun mengenai kegiatan yang berhubungan dengan program MBKM 2021. Beberapa informasi yang telah disebarkan pada media publisitas Instagram sebanyak 17 konten dan pada Website unhas.ac.id sebanyak 21 Berdasarkan informasi di atas, dapat dipahami bahwa Humas telah memanfaatkan media publisitas yang mereka miliki sebagai alat penyebar luasan informasi mengenai program MBKM 2021, agar Mahasiswa dapat mengikuti program tersebut tanpa adanya *miss communication* baik dari pihak

kampus, maupun dari pihak pelaksana program MBKM.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa Mahasiswa Universitas Hasanuddin mendapatkan informasi mengenai program MBKM 2021 berasal dari proses penyampaian yang dilakukan oleh Humas Universitas Hasanuddin melalui media publisitas milik Universitas. Walaupun mahasiswa juga mendapatkan jalur informasi dari pihak eksternal Universitas seperti media publisitas penyedia program yaitu KEMENDIKBUD. Tetapi, dalam hal ini Humas Universitas Hasanuddin masih memiliki peran yang lebih besar.

Humas Universitas Hasanuddin telah memanfaatkan media publisitas yang mereka miliki sebagai penguat suara, sesuai dengan fungsi Humas yang dijelaskan oleh salah satu narasumber saat wawancara langsung dilakukan. Walaupun program MBKM 2021 ini diambil alih langsung oleh bagian kemahasiswaan yang di mana segala bentuk jalur komunikasi dengan pihak pelaksana program langsung berhubungan dengan bagian kemahasiswaan sehingga Humas hanya akan menyebarkan informasi ketika ada arahan langsung dari pihak sub bagian kemahasiswaan maupun dari subdit lain yang ada di Universitas Hasanuddin.

Keterkaitan antara rumusan masalah dengan teori yang digunakan peneliti yaitu, Media Publisitas Humas Universitas Hasanuddin dalam hal ini Instagram dan Website telah mengupload atau menyebarluaskan informasi terkait program MBKM 2021, dan dalam proses

penyampaian dan penyebar luasan informasi tersebut Humas Universitas Hasanuddin telah melakukan beberapa strategi agar pesan yang disampaikan dapat diterima serta tidak merusak citra dan nama baik Universitas Hasanuddin dan juga dapat memberikan kontribusi yang positif melihat program ini adalah program yang diprioritaskan di mana bekerja sama secara langsung dengan menteri pendidikan.

Hal ini juga didukung oleh teori Informasi Organisasi pada pendapat Morissan (2013) mengatakan bahwa Karl Weick melihat organisasi sebagai suatu sistem yang menerima berbagai informasi yang membingungkan dan multitafsir dari lingkungannya dan berusaha untuk memahaminya. Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan, dalam derajat tertentu, adalah tidak pasti, tidak jelas dan membingungkan, dan kegiatan organisasi dirancang untuk mengurangi ketidakpastian informasi tersebut.

(1) Bagian kemahasiswaan mengumpulkan serta merampungkan berbagai informasi mengenai program MBKM 2021 yaitu dengan jalur koordinasi dengan pihak pelaksana MBKM 2021 atau dengan Koordinator Lapangan yang ditugaskan atau ditunjuk langsung oleh pihak panitia pelaksana program MBKM 2021 yang ditugaskan di Universitas Hasanuddin. (2) Bagian Humas bertugas untuk menjalankan fungsinya sebagai peneras suara yaitu menyebarluaskan informasi terkait program MBKM 2021 melalui media publisitas yang Universitas Hasanuddin miliki. Penjelasan di atas sangat berkaitan

dengan teori yang digunakan oleh peneliti, segala bentuk informasi dan jalur komunikasi yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin sangat terstruktur dan memiliki regulasi yang jelas.

Strategi Humas Universitas Hasanuddin dalam pengemasan Informasi Program MBKM 2021

Pada dasarnya tujuan dari dilakukannya publikasi oleh pihak Humas adalah agar informasi dapat tersampaikan kepada pihak eksternal dalam hal ini stakeholder ataupun Mahasiswa Universitas Hasanuddin, terkhususnya mengenai informasi yang disampaikan berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa mengenai program yang sedang mereka jalankan. Ada banyak informasi program yang dibutuhkan oleh Mahasiswa salah satunya adalah mengenai program MBKM 2021, Humas Universitas bertugas menunjang informasi mengenai program MBKM 2021. Agar informasi dapat sampai kepada mahasiswa dan dapat diterima serta dipahami dengan baik adalah dengan melakukan pengemasan pesan yang tidak bertele-tele dan tidak rumit, sehingga pesan tersebut dapat dijangkau dan dipahami oleh mahasiswa yang mengikuti program MBKM 2021.

Hal paling pertama yang diperhatikan oleh penikmat pesan adalah visualisasi dari media publisitas, bagaimana kemudahan informasi tersebut dapat diakses, hal ini menjadi faktor pendukung sebelum melakukan pengemasan pesan. Media publisitas Universitas Hasanuddin dalam hal ini unhas.ac.id dan @hasanuddin_univ menyadari hal penting tersebut di mana mereka memudahkan mahasiswa dalam

mengakses kedua media publisitas milik Universitas Hasanuddin tersebut Seperti yang diungkapkan oleh informan mahasiswa Universitas Hasanuddin bernama Siti Indarwati Asriani:

“sangat mudah, Karena fitur menu dalam website tersebut cukup jelas, dan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang bekerja sama dengan pihak Universitas Hasanuddin juga cukup update .” (sabtu 23 april 2022. 20.25 wita)

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Humas Universitas Hasanuddin telah berhasil menarik minat mahasiswa dalam membuka media publisitas Universitas Hasanuddin dengan kemudahan fitur menu yang diberikan oleh pihak Universitas. Kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses website sangat membawa dampak positif bagi mahasiswa dan mahasiswa pun memanfaatkan dengan sebaik mungkin

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dengan adanya SOP Kehumasan yang mengatur jalur dan regulasi mengenai informasi yang akan disampaikan atau dipublikasikan ke media publisitas Humas Universitas Hasanuddin dalam hal ini unhas.ac.id dan @hasanuddin_univ proses dan jalur regulasinya yaitu dengan melakukan pengecekan terhadap susunan kata maupun okumentasi yang mealnggar atau mencoret citra baik yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin dimana hal ini diseleksi secara langsung oleh Kepala Humas Universitas Hasanuddin Bapak Ishaq Rahman. Seperti yang dikatakan oleh Beliau:

“setelah draft release dibuat dan dikirimkan ke saya selanjutnya saya memastikan bahwa beritanya ini tidak melanggar aturan, tidak merugikan citra universitas. Karena humas bertugas menjaga citra jadi dipastikan berita tersebut tidak merugikan pihak kami. Mulai dari bahasa tanda baca, titik koma jika sudah saya lemparkan ke direktur komunikasi, begitu beliau mengatakan oke lalu dikembalikan ke saya lalu saya sebarakan ke media” (jumat 29 April 2022. 11.10 wita)

Humas Universitas Hasanuddin berfungsi sebagai pengeras suara dari tiap masing-masiung sub bagian, di mana jika Humas Universitas ingin menyampaikan pesan atau informasi yang akan dipublikasikan ke media publisitas menunggu informasi tersebut dari sub bagian yang bersangkutan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukan bahwa strategi Humas dalam mengemas pesan adalah selain dengan mengikuti SOP, Humas bersifat proaktif bukan reaktif terhadap isu-isu di ruang lingkup Universitas hal ini dijelaskan oleh kepala Humas yaitu Ishaq Rahman dalam wawancaranya :

“selain sesuai dengan SOP kami juga bersifat proaktif bukan reaktif terhadap isu-isu yang ada dalam lingkup Universitas hal ini dilakukan agar humas yang mengendalikan framing”. (jumat 29 April 2022. 11.10 wita)

Bagi Universitas Hasanuddin sebelum menyampaikan atau menyebarkan informasi yang berhubungan dengan ruang lingkup

Universitas Hasanuddin perlu memperhatikan beberapa hal. Seperti bagaimana dalam susunan kata, penggunaan tanda baca serta dokumentasi yang tidak melanggar atau meghina Suku, RAS, Agama, Budaya, SARA maupun kepercayaan tertentu. Mengikuti SOP Kehumasan juga merupakan salah satu strategi sebelum menyebarkan dan menyampaikan informasi melalui media publisitas. Strategi berikutnya yaitu bersifat Proaktif terhadap isu-isu yang timbul di ruang lingkup Universitas tujuannya agar pihak Humas itu sendiri dapat mengendalikan *framming*.

Informasi mengenai program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) langsung bersangkutan dengan Subdit (Sub Direktorat) Kemahasiswaan, sesuai dengan aturan di Universitas Hasanuddin segala hal yang berhubungan dengan akademik maka diambil alih oleh bagian Kemahasiswaan.

Humas yang berfungsi sebagai pengeras suara bertugas menerima informasi MBKM dari Kemahasiswaan untuk dikelola sebelum di Publikasikan atau diberikan kepada pihak media. Adapun pengelolaan pesan yang dilakukan oleh kepala Humas harus dikaitkan dengan SOP Kehumasan lalu mengkoordinasikannya dengan Direktorat Komunikasi, setelah mendapat persetujuan Kepala Humas lalu memberikannya kepada para Staff Humas untuk ditindak lanjuti yaitu mengpublikasikan informasi tersebut ke media publisitas yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin.

Strategi pengemasan informasi

yang dilakukan oleh Humas Universitas Hasanuddin tidak lepas dari *culture* dan budaya yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin itu sendiri, seperti yang disebutkan di atas bahwa tujuan utama dari strategi pengemasan informasi adalah dengan tidak merusak citra baik yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin bahkan diharapkan dapat meningkatkan nama baik Universitas. Berbicara mengenai Pemanfaatan media Publisitas dan Strategi pengemasan pesan tidak lain adalah untuk menjaga dan meningkatkan eksistensi Universitas terhadap pihak eksternal. Bukan hanya melalui prestasi yang dimiliki oleh Mahasiswa Universitas tetapi juga melalui manajemen keorganisasian yang baik untuk menonjolkan keunggulan yang dimiliki oleh Universitas Hasanuddin.

Humas Universitas Hasanuddin mengeluarkan *press release* sebanyak 1001 baik yang berhubungan dengan program MBKM 2021 maupun yang tidak berhubungan dengan program tersebut. Hal ini menunjukkan bagaimana Humas Universitas Hasanuddin sangat memanfaatkan media publisitas dalam menyebarkan informasi. Adapun *press release* yang dikeluarkan sesuai dengan kegiatan aktual atau kegiatan yang berlangsung pada saat itu.

Keberhasilan Universitas Hasanuddin dalam menyusun pesan dan menyebarkannya melalui media publisitas mengenai program MBKM 2021 dapat diukur dengan diberikannya penghargaan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (DIKTIRISTEK) pada Tahun 2021 yaitu

(1) Terbaik 3 untuk Kategori Konferensi Pers dan Siaran Pers Kelompok PTN Badan Hukum. (2) Terbaik 2 untuk Kategori Unit Layanan Terpadu (ULT) Kelompok PTN Badan Hukum. Berdasarkan aspek yang dinilai dari penghargaan tersebut dilihat melalui :Kualitas dan Pengelolaan Laman, Media Sosial, Konferensi Pers, Unit Layanan Terpadu, Majalah Instansi, Pengaduan Melalui Aplikasi Laporan, Peran Praktisi Kehumasan dalam Menyampaikan Pesan.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas Universitas Hasanuddin telah memanfaatkan Media Publisitas yang dimaksud Website dan Instagram dalam penyebaran informasi mengenai program MBKM 2021 dengan melihat hasil pengumpulan data dan penghargaan yang telah didapatkan oleh pihak Universitas Hasanuddin seperti yang penulis sebutkan di atas.

Keterkaitan dengan Teori Informasi Organisasi, pihak Universitas Hasanuddin dalam hal ini bagian Humas telah mampu menerapkan teori Informasi Organisasi dengan mengumpulkan berbagai pesan-pesan yang masih ambigu dari tiap sub bagian Universitas menjadi informasi yang jelas dan disebarluaskan melalui media publisitas Universitas Hasanuddin agar memenuhi kebutuhan informasi baik dalam ruang lingkup kampus maupun bagi pihak eksternal dan menciptakan sumber daya manusia dalam hal ini mahasiswa yang lebih integritas dan dapat menjaga serta meningkatkan nama baik Universitas Hasanuddin. Morissan (2013).

Lattimore, dkk. (2004) seperti halnya mengenai penjelasan 4 model

public relations yang di mana dua dari model tersebut yaitu *Information Public* atau Informasi Publik dan *Two-Way Asymmetric* atau Asimetris dua arah. Model pertama yaitu Informasi Publik sesuai dengan kegiatan Humas pada Website unhas.ac.id, Humas menyebarkan informasi dengan satu arah tujuannya agar publik dalam hal ini Mahasiswa dapat melihat informasi yang dipublikasikan pada Website unhas.ac.id.

Sedangkan Model yang kedua yaitu *Two-Way Asymmetric* Model ini menjelaskan bahwa komunikasi dilakukan secara dua arah tetapi belum seimbang. Sesuai dengan media publisitas Humas Universitas Hasanuddin yaitu pada akun Instagram @hasanuddin_univ yang di mana Instagram menyediakan kolom komentar dan fitur *Direct Message*, hal ini merupakan jalan bagi pihak yang memberikan dan pihak yang menerima informasi untuk melakukan komunikasi dua arah. Hanya saja komunikasi tersebut tidak berjalan seimbang sehingga kurang efektif karena adanya keterlambatan dalam menanggapi komentar maupun pesan yang masuk hal ini karena keterbatasan staff yang dimiliki oleh Humas.

Penutup

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan Pemanfaatan Media Publisitas Humas Universitas Hasanuddin dalam Penyebaran Informasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021 maka dapat disimpulkan bahwa Humas dan Informasi Publik Universitas Hasanuddin memanfaatkan media

publisitas Website dan akun Instagram yang telah terverifikasi (centang biru) sehingga cakupan penyebaran informasi tersebut dapat tersebar luaskan melihat pengikut pada akun Instagram mencapai 900ribu orang. Adapun bentuk pemanfaatan yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan media publisitas itu sendiri dan menambahkan hastag pada tiap *caption* yang diunggah agar informasi tersebut mudah dicari dan ditemukan oleh mahasiswa. Humas dan Informasi Publik Universitas Hasanuddin sesuai dengan Model Public Relations Grunig yaitu Informasi Publik dan Asimetris Dua arah. Adapun strategi pengemasan informasi yang dilakukan yaitu dengan mengikuti kaidah SOP kehumasan milik pihak Universitas sebelum menyebarluaskan atau mengunggah informasi pada media publisitas milik Universitas dan Humas bertindak Proaktif terhadap isu-isu yang muncul di ruang lingkup Universitas atau isu yang dapat memberikan dampak buruk bagi nama baik Universitas Hasanuddin. Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah yang pertama untuk penulis, agar kiranya dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pembelajaran jika kedepannya ingin menapaki jalan dan bergelut dengan bidang kehumasan di instansi manapun. Selanjutnya, yaitu agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Saran bagi penelitian, keahlian yang dimiliki oleh pihak Humas Universitas Hasanuddin dalam mengemas, menyampaikan, serta melihat isu ataupun perkembangan yang dapat memberikan dampak positif bagi instansi agar bisa terus dijaga dan ditingkatkan lebih baik,

karna proses pemanfaatan media publisitas dan strategi pengemasan informasi yang dimiliki Humas Universitas Hasanuddin terbilang sangat baik dan semoga dapat menjadi contoh untuk praktisi Humas-Humas yang ada di tiap masing-masing Universitas.

Daftar Pustaka

Buku :

- Agus, Nurtanio. Utari Rahmania. 2017. *Humas Pendidikan*. Yogyakarta : Rajawali Pers.
- Butter, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Hasfi, Nurul. 2014. Jakarta : Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ishaq El, Ropingi. 2017. *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang : Intrans Publishing.
- Hardjana, Andre. 2019. *Komunikasi Organisasi Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Jauharri, Minan. 2020. *Cyber public relations Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media ciber*. Jember LP3DI Press
- Latimore, Dkk. 2007. *Public Relations Profesi dan Praktik Edisi Edisi 3*. Daud, Arfianto. 2010. Jakarta : Salemba Humanika.
- Majid, Abd. Rayudaswati Budi. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia*. Yogyakarta : Lentika

Book.

Morisan. 2008. *Manajemen Public Relation Strategi Menjadi Humas Profesional..* Jakarta : PRENADA MEDIA GROUP.

-----, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta : PRENADA MEDIA GROUP.

Nurudin. 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

-----, 2017. *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Syahputra, Iswandi. 2019. *Media Relations Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen.* Jakarta : Rajawali Pers.

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

ANONIM. 2021. *Panduan Program Kampus Mengajar Angkatan 1.* Direktorat Jenderal Pendidikan KEMDIKBUD RI.

ANONIM. 2020. *Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka.* Direktorat Jenderal Pendidikan KEMDIKBUD RI.