

Strategi Komunikasi Duta Humas Unimal 2025 dalam Meningkatkan Citra Positif Kampus

Nurkholijah Syahfitri¹, Dwi Fitri², Awaluddin Arifin³, Zahari⁴, Muchlis⁵

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh^{1,2,3,4,5}

*Email Korespondensi: nurkholijahsyahfitri@unimal.ac.id

Diterima: 25-10-2026 | Disetujui: 30-10-2026 | Diterbitkan: 01-11-2026

ABSTRACT

The development of digital communication has encouraged universities to adopt planned communication strategies to introduce their institutional identity and build a positive public image. This study aims to identify and describe the communication strategies employed by the 2025 Generation of Public Relations Ambassadors at Universitas Malikussaleh to enhance the university's positive image. This study employed a descriptive qualitative approach and was conducted at the Technical Implementation Unit (UPT) for Language, Public Relations, and Publishing at Universitas Malikussaleh in 2026. The study involved five informants, consisting of the Head of the UPT and four Public Relations Ambassadors selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation, then analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The findings indicate that the communication strategy was implemented through six stages: planning, audience identification, message development, media selection, implementation, and evaluation. The ambassadors utilized Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, the university's official website, and direct communication to disseminate information about campus activities, achievements, and strengths. Strategy implementation was supported by coordination with the UPT, members' creativity, and the use of various communication channels. However, evaluation still relied on internal discussions and public responses, meaning that changes in the university's image had not been systematically measured. This study highlights the role of Public Relations Ambassadors in supporting institutional communication, while emphasizing the need for measurable evaluation to strengthen efforts to build a positive image of Universitas Malikussaleh.

Keywords: communication strategy, Public Relations Ambassadors, positive image, Universitas Malikussaleh, public relations

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital mendorong perguruan tinggi memanfaatkan strategi komunikasi yang terencana untuk memperkenalkan identitas institusi dan membangun citra positif di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 dalam meningkatkan citra positif kampus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilaksanakan di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan Universitas Malikussaleh pada tahun 2026. Informan penelitian berjumlah lima orang, terdiri atas Kepala UPT dan empat anggota Duta Humas yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilaksanakan melalui enam tahapan, yaitu perencanaan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi. Duta Humas memanfaatkan Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, situs resmi universitas, serta komunikasi

langsung untuk menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan, prestasi, dan keunggulan kampus. Pelaksanaan strategi didukung oleh koordinasi dengan UPT, kreativitas anggota, dan pemanfaatan berbagai saluran komunikasi. Namun, evaluasi masih bergantung pada diskusi internal dan respons masyarakat, sehingga pengukuran perubahan citra belum dilakukan secara sistematis. Penelitian ini menegaskan bahwa Duta Humas berperan sebagai pendukung komunikasi institusi, sedangkan evaluasi yang terukur diperlukan untuk memperkuat efektivitas pembentukan citra positif Universitas Malikussaleh.

Kata kunci: strategi komunikasi, Duta Humas, citra positif, Universitas Malikussaleh, hubungan masyarakat

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Syahfitri, N. ., Fitri, D. ., Arifin, A., Zahari, Z., & Muchlis, M. (2026). Strategi Komunikasi Duta Humas Unimal 2025 dalam Meningkatkan Citra Positif Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 8468-8477. <https://doi.org/10.63822/erv6ne21>

PENDAHULUAN

Perkembangan komunikasi digital telah mengubah cara perguruan tinggi membangun hubungan dengan masyarakat. Persaingan ant perguruan tinggi tidak hanya berkaitan dengan kualitas pendidikan, fasilitas, dan prestasi akademik, tetapi juga dengan kemampuan institusi menyampaikan informasi serta membentuk persepsi publik. Citra positif menjadi salah satu aspek penting karena memengaruhi tingkat kepercayaan, pengenalan, dan ketertarikan masyarakat terhadap suatu perguruan tinggi. Pemanfaatan website dan media sosial dapat mendukung pembentukan citra melalui penyampaian informasi yang konsisten, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan publik (Satya & Wijaya, 2018).

Hubungan masyarakat (humas) memiliki peran strategis dalam mengelola komunikasi antara perguruan tinggi dan masyarakat. Aktivitas humas tidak terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup pengelolaan pesan, pemeliharaan hubungan dengan publik, serta pembentukan pemahaman mengenai identitas dan aktivitas institusi. Strategi komunikasi yang terencana memungkinkan perguruan tinggi menyampaikan informasi secara terarah melalui saluran komunikasi yang sesuai. Kajian mengenai strategi humas di perguruan tinggi juga menunjukkan bahwa publikasi, pemanfaatan media, dan keterlibatan publik menjadi bagian penting dalam membangun citra institusi (Andini et al., 2025).

Mahasiswa dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi perguruan tinggi karena mereka berinteraksi langsung dengan lingkungan kampus maupun masyarakat. Peran mahasiswa sebagai representasi institusi memungkinkan informasi mengenai kegiatan, prestasi, dan identitas perguruan tinggi disampaikan melalui pendekatan yang lebih dekat dengan publik. Program duta kampus merupakan salah satu bentuk pelibatan mahasiswa dalam kegiatan diseminasi informasi dan promosi institusi. Penelitian Akbar et al. (2023) menjelaskan bahwa Duta ITS berkontribusi dalam kegiatan sosialisasi dan promosi untuk mendukung penyebaran informasi serta mempertahankan citra positif institusi.

Program campus ambassador juga dapat dipahami sebagai bentuk representasi institusi melalui individu yang dipilih untuk menyampaikan identitas dan nilai organisasi. Peran tersebut menuntut kemampuan komunikasi, pemahaman terhadap institusi, serta perilaku yang selaras dengan citra yang ingin dibangun. Penelitian Hendrata (2022) mengenai campus ambassador Universitas Merdeka Malang menunjukkan bahwa duta kampus berperan sebagai representasi universitas dan dapat mendukung reputasi perguruan tinggi melalui keterlibatan dalam aktivitas akademik maupun nonakademik.

Perkembangan media sosial turut memperluas ruang komunikasi duta kampus. Informasi mengenai kegiatan, prestasi, dan kehidupan akademik dapat disampaikan melalui konten digital yang menjangkau masyarakat secara lebih luas. Namun, efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media, melainkan juga oleh relevansi pesan, ketepatan sasaran, konsistensi penyampaian informasi, dan respons terhadap publik. Strategi komunikasi humas melalui platform digital menjadi salah satu pendekatan yang digunakan perguruan tinggi untuk memperkenalkan identitas institusi dan membangun persepsi positif di kalangan masyarakat (Fitria & Sumanti, 2025).

Universitas Malikussaleh sebagai perguruan tinggi negeri di Aceh juga membutuhkan komunikasi yang terarah untuk memperkenalkan identitas, aktivitas, dan capaian institusi kepada masyarakat. Upaya membangun citra kampus tidak hanya bergantung pada komunikasi formal yang dilakukan oleh unit humas, tetapi juga pada keterlibatan mahasiswa yang berperan sebagai representasi universitas. Kehadiran mahasiswa dalam kegiatan komunikasi publik dapat membantu mendekatkan institusi dengan masyarakat melalui interaksi yang lebih komunikatif. Kajian mengenai peran public relations dalam meningkatkan citra perguruan tinggi memperlihatkan pentingnya pengelolaan komunikasi dan penyampaian informasi institusi

kepada publik (Parapat et al., 2023).

Program Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 menjadi salah satu bentuk pelibatan mahasiswa dalam mendukung kegiatan komunikasi universitas. Duta Humas menjalankan peran dalam memperkenalkan kampus, menyampaikan informasi mengenai kegiatan universitas, serta berpartisipasi dalam aktivitas kehumasan melalui komunikasi langsung dan media digital. Posisi tersebut menjadikan Duta Humas bukan sekadar peserta kegiatan seremonial, melainkan bagian dari proses komunikasi institusi dengan masyarakat. Peran ini membutuhkan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara tepat sekaligus menjaga sikap dan perilaku sebagai representasi Universitas Malikussaleh.

Aktivitas komunikasi Duta Humas dapat diamati melalui keterlibatan dalam berbagai kegiatan kampus serta penyampaian informasi melalui media sosial. Respons positif terhadap konten yang dipublikasikan dapat menjadi indikasi bahwa informasi mengenai universitas memperoleh perhatian dari publik. Meskipun demikian, respons tersebut belum sepenuhnya menjelaskan proses yang mendasari keberhasilan komunikasi. Pembentukan citra perlu dilihat melalui rangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan tersebut membantu menjelaskan bagaimana komunikasi dirancang dan dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas strategi humas perguruan tinggi, pemanfaatan media sosial dalam membangun citra, serta peran duta kampus dalam mendukung reputasi institusi. Namun, kajian mengenai strategi komunikasi masih perlu memperhatikan karakteristik aktor yang menjalankan komunikasi tersebut. Duta Humas memiliki posisi yang berbeda dari unit humas formal karena mahasiswa terlibat sebagai representasi kampus sekaligus pelaksana aktivitas komunikasi publik. Perbedaan peran tersebut menjadikan strategi komunikasi Duta Humas sebagai aspek yang perlu dikaji secara khusus dalam konteks pembentukan citra positif perguruan tinggi.

Citra positif universitas berkaitan dengan kesan dan persepsi yang terbentuk dalam pikiran masyarakat melalui pengalaman, informasi, serta interaksi dengan institusi. Oleh sebab itu, keberhasilan komunikasi Duta Humas tidak cukup dinilai dari banyaknya kegiatan atau publikasi yang dilakukan, tetapi juga perlu dilihat dari kesesuaian pesan dengan citra yang ingin dibangun dan persepsi publik terhadap universitas. Pemanfaatan media digital dapat mendukung penyampaian informasi, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada pengelolaan komunikasi yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan audiens (Satya & Wijaya, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 dalam meningkatkan citra positif kampus. Pembahasan difokuskan pada tahapan perencanaan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi, serta citra Universitas Malikussaleh berdasarkan teori citra Frank Jefkins. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya pembahasan ilmu komunikasi mengenai peran duta kampus sebagai aktor komunikasi institusi serta memberikan masukan praktis bagi pengembangan program Duta Humas di lingkungan perguruan tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif untuk memahami dan menggambarkan strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 dalam

meningkatkan citra positif kampus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses komunikasi, pengalaman informan, dan fenomena sosial yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data numerik (Moleong, 2016). Penelitian dilaksanakan di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan Universitas Malikussaleh, Aceh, pada tahun 2026. Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pemahaman langsung terhadap program yang diteliti. Jumlah informan sebanyak lima orang, terdiri atas Kepala UPT Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan serta empat Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025. Pemilihan kelima informan tersebut didasarkan pada relevansi pengalaman dan pengetahuan mereka terhadap strategi komunikasi Duta Humas. Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara, pedoman observasi, dan dokumentasi yang digunakan untuk menggali informasi sesuai fokus penelitian. Penelitian ini tidak menggunakan instrumen pengukuran kuantitatif, sedangkan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen tidak dijelaskan secara khusus dalam metode penelitian sumber.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan, observasi nonpartisipan terhadap aktivitas Duta Humas, serta dokumentasi kegiatan dan publikasi media sosial. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas promosi kampus, pembuatan konten, podcast, partisipasi dalam kegiatan resmi universitas, serta respons publik terhadap informasi yang disampaikan. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, dan dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2018). Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi serta dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian, kemudian disajikan secara deskriptif untuk menemukan pola dan makna dari strategi komunikasi yang diterapkan. Kesimpulan disusun berdasarkan keterkaitan antartemuan dan diperiksa kembali dengan data yang tersedia. Analisis difokuskan pada enam tahapan strategi komunikasi Middleton, yaitu perencanaan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi, serta citra Universitas Malikussaleh berdasarkan teori Frank Jeffkins (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025

Strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 dilaksanakan melalui koordinasi dengan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan (BKP). Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala UPT BKP dan empat anggota Duta Humas, strategi komunikasi mencakup perencanaan kegiatan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi. Rangkaian tersebut menunjukkan bahwa Duta Humas tidak hanya berperan sebagai pelaksana publikasi, tetapi juga terlibat dalam pengembangan gagasan komunikasi untuk memperkenalkan universitas kepada masyarakat. Temuan ini sejalan dengan konsep strategi komunikasi Middleton dalam Cangara (2017), yang menempatkan tahapan perencanaan hingga evaluasi sebagai bagian penting dalam pencapaian tujuan komunikasi.

Perencanaan dilakukan melalui koordinasi antara Duta Humas dan UPT BKP sebelum kegiatan dilaksanakan. Pembahasan mencakup tujuan kegiatan, penyusunan konsep, pembagian tugas, persiapan teknis, serta materi yang akan dipublikasikan. Kepala UPT BKP menjelaskan bahwa anggota Duta Humas diberikan ruang untuk merancang kegiatan maupun konten secara mandiri, tetapi hasilnya tetap diperiksa

sebelum dipublikasikan. Keterangan tersebut memperlihatkan adanya pembagian peran antara UPT BKP sebagai pembina dan Duta Humas sebagai pelaksana sekaligus pengembang kegiatan komunikasi. Pola koordinasi ini membantu menjaga kesesuaian pesan dengan tujuan komunikasi institusi sekaligus memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kreativitasnya.

Penentuan audiens dilakukan berdasarkan jenis informasi dan tujuan kegiatan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa calon mahasiswa, mahasiswa aktif, alumni, dan masyarakat umum menjadi sasaran komunikasi sesuai dengan kebutuhan informasi yang disampaikan. Generasi Z juga menjadi salah satu kelompok sasaran utama karena kedekatannya dengan penggunaan media sosial. Sebagai contoh, publikasi mengenai penerimaan mahasiswa baru ditujukan kepada calon mahasiswa, sedangkan informasi mengenai fasilitas kampus ditujukan kepada masyarakat secara lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa Duta Humas telah menyesuaikan sasaran komunikasi dengan karakteristik penerima pesan. Penyesuaian tersebut penting agar informasi yang disampaikan lebih relevan dan dapat menjangkau kelompok yang dituju.

Penyusunan pesan berorientasi pada penyampaian informasi yang jelas, informatif, dan mampu memperkenalkan berbagai aktivitas positif Universitas Malikussaleh. Materi komunikasi mencakup kegiatan akademik dan nonakademik, prestasi mahasiswa, beasiswa, fasilitas kampus, penerimaan mahasiswa baru, serta keterlibatan universitas dalam kegiatan tingkat nasional. Pesan dikemas dalam bentuk foto, poster digital, video pendek, dan konten yang mengikuti tren media sosial. Salah satu anggota Duta Humas menjelaskan bahwa konten yang mengikuti perkembangan tren dinilai lebih menarik bagi audiens, khususnya Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyusunan pesan tidak hanya mempertimbangkan informasi yang hendak disampaikan, tetapi juga cara penyajiannya agar sesuai dengan kebiasaan audiens dalam mengakses informasi digital.

Pemilihan media dilakukan dengan mempertimbangkan jenis pesan, tujuan kegiatan, dan karakteristik audiens. Media yang digunakan meliputi Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, situs resmi universitas, serta komunikasi langsung dalam berbagai kegiatan kampus. Berdasarkan keterangan Kepala UPT BKP, Instagram dan TikTok menjadi platform yang aktif digunakan, sedangkan YouTube dimanfaatkan untuk kegiatan tertentu, seperti siaran langsung wisuda dan kuliah umum. Penggunaan Instagram juga memungkinkan universitas menerima pertanyaan, kritik, dan masukan melalui komentar maupun pesan langsung. Selain komunikasi digital, Duta Humas terlibat dalam promosi kampus, podcast, pendampingan tamu, kegiatan penerimaan mahasiswa baru, serta kegiatan resmi universitas. Penggunaan beragam saluran tersebut memperluas peluang penyebaran informasi, meskipun efektivitasnya tetap perlu dinilai berdasarkan keterjangkauan audiens dan pemahaman masyarakat terhadap pesan yang diterima.

Pelaksanaan strategi komunikasi diwujudkan melalui pembuatan konten, promosi penerimaan mahasiswa baru, publikasi kegiatan universitas, keterlibatan sebagai pembawa acara, pendampingan tamu, dan dokumentasi kegiatan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa anggota Duta Humas dituntut untuk sigap, disiplin, dan mampu bekerja sama dalam tim. Pembagian tugas dilakukan berdasarkan kebutuhan kegiatan dan kemampuan masing-masing anggota. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pelaksanaan strategi komunikasi tidak hanya bergantung pada pemilihan media dan penyusunan pesan, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia serta koordinasi antaranggota. Dukungan UPT BKP diperlukan agar pelaksanaan program tetap terarah dan informasi yang disampaikan sesuai dengan kepentingan institusi.

Evaluasi dilakukan setelah kegiatan melalui diskusi internal, peninjauan kesesuaian pelaksanaan dengan rencana, identifikasi kendala, serta pengamatan terhadap tanggapan masyarakat. Kepala UPT BKP

dan anggota Duta Humas menjelaskan bahwa komentar positif dapat menjadi pertimbangan untuk mengembangkan konten, sedangkan kritik dan komentar negatif digunakan sebagai bahan perbaikan. Evaluasi tersebut menunjukkan adanya upaya untuk memperbaiki kualitas komunikasi secara berkelanjutan. Namun, berdasarkan data yang dipaparkan dalam skripsi, evaluasi lebih banyak bertumpu pada diskusi dan umpan balik masyarakat. Belum terlihat pengukuran kuantitatif yang sistematis untuk mengetahui perubahan citra universitas setelah strategi komunikasi dijalankan. Oleh karena itu, strategi komunikasi Duta Humas dapat dinilai telah mencakup enam tahapan Middleton, tetapi pengukuran hasil komunikasi masih dapat diperkuat agar kontribusinya terhadap pembentukan citra kampus dapat dinilai secara lebih terukur.

Citra Positif Universitas Malikussaleh Berdasarkan Teori Frank Jefkins

Citra Universitas Malikussaleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teori citra Frank Jefkins (2003), yang mencakup *mirror image*, *current image*, *wish image*, *corporate image*, dan *multiple image*. Kelima aspek tersebut digunakan untuk memahami pandangan internal universitas, persepsi masyarakat, citra yang ingin dibangun, gambaran institusi secara keseluruhan, serta keberagaman karakteristik individu yang mewakili universitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Duta Humas berperan dalam memperkenalkan berbagai aktivitas dan keunggulan Universitas Malikussaleh melalui publikasi digital maupun interaksi langsung dengan masyarakat. Meskipun demikian, kontribusi tersebut perlu dipahami sebagai bagian dari upaya komunikasi institusi secara keseluruhan, bukan sebagai satu-satunya faktor yang menentukan citra universitas.

Aspek *mirror image* menggambarkan pandangan internal terhadap citra universitas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pihak UPT BKP dan anggota Duta Humas memandang Universitas Malikussaleh sebagai perguruan tinggi yang terus berupaya memperkuat citra positif melalui kegiatan akademik, nonakademik, prestasi, dan publikasi. Kepala UPT BKP menjelaskan bahwa Duta Humas dibentuk untuk membantu penyampaian informasi kepada masyarakat serta mendukung pembangunan citra universitas. Pandangan tersebut tercermin dalam keterlibatan anggota pada promosi kampus, pendampingan tamu, podcast, dan publikasi kegiatan. Temuan ini memperlihatkan adanya kesamaan pandangan di lingkungan internal mengenai pentingnya komunikasi publik dalam memperkenalkan identitas universitas. Namun, pandangan internal tersebut belum dapat digunakan untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki persepsi yang sama.

Aspek *current image* berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap Universitas Malikussaleh berdasarkan informasi dan pengalaman yang mereka peroleh. Berdasarkan hasil wawancara, anggota Duta Humas menyampaikan bahwa publik memberikan tanggapan terhadap konten dan kegiatan yang dipublikasikan, baik berupa apresiasi maupun kritik. Interaksi melalui komentar, tanda suka, dan pesan langsung menunjukkan adanya hubungan komunikasi antara universitas dan masyarakat. Salah satu anggota Duta Humas juga mengungkapkan bahwa pandangan masyarakat terhadap kampus bersifat beragam dan tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh pihak universitas. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa publikasi positif dapat membantu memperkenalkan aktivitas kampus, tetapi tidak secara otomatis membentuk persepsi yang seragam. Respons pada media sosial juga belum cukup untuk menggambarkan citra masyarakat secara menyeluruh karena tidak semua kelompok masyarakat terwakili dalam interaksi digital tersebut.

Aspek *wish image* menunjukkan citra yang ingin dibangun Universitas Malikussaleh di mata

masyarakat. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Duta Humas berupaya menampilkan universitas sebagai perguruan tinggi yang unggul, aktif, dan terlibat dalam berbagai kegiatan di tingkat lokal maupun nasional. Upaya tersebut diwujudkan melalui publikasi prestasi mahasiswa, kegiatan akademik, kerja sama antarlembaga, promosi penerimaan mahasiswa baru, dan aktivitas positif lainnya. Penyampaian informasi dilakukan secara berkelanjutan melalui media sosial dan kegiatan komunikasi langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa konten Duta Humas tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai cara untuk memperkuat identitas institusi sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Pencapaian citra yang diharapkan tetap bergantung pada kesesuaian antara pesan publikasi dan pengalaman nyata masyarakat terhadap kualitas layanan serta penyelenggaraan pendidikan di universitas.

Aspek *corporate image* menggambarkan citra Universitas Malikussaleh sebagai sebuah institusi secara keseluruhan. Berdasarkan hasil wawancara, keberadaan Duta Humas dinilai membantu memperluas penyebaran informasi mengenai kegiatan dan program universitas. Publikasi melalui media sosial membuat berbagai aktivitas kampus lebih mudah diketahui oleh masyarakat, sementara keterlibatan langsung anggota dalam kegiatan resmi turut memperkenalkan identitas universitas kepada tamu dan peserta kegiatan. Kepala UPT BKP juga menyampaikan pandangannya bahwa masyarakat semakin mengetahui kegiatan Universitas Malikussaleh. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa Duta Humas memberikan dukungan terhadap fungsi kehumasan institusi, terutama dalam penyebarluasan informasi dan pengenalan kampus. Kendati demikian, citra institusi tidak hanya terbentuk melalui publikasi, tetapi juga melalui mutu pendidikan, pelayanan akademik, pengalaman mahasiswa, dan hubungan universitas dengan masyarakat.

Aspek *multiple image* berkaitan dengan keberagaman karakteristik dan kemampuan individu yang mewakili suatu institusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota Duta Humas Universitas Malikussaleh memiliki kemampuan yang berbeda, seperti public speaking, desain poster, perencanaan konten, dokumentasi, dan pelaksanaan kegiatan sosial. Perbedaan tersebut memungkinkan pembagian tugas sesuai dengan kompetensi masing-masing anggota. Anggota yang memiliki kemampuan komunikasi langsung dapat berperan sebagai pembawa acara atau pendamping tamu, sedangkan anggota lain dapat mendukung pembuatan konten dan publikasi digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberagaman kemampuan menjadi kekuatan dalam menjalankan strategi komunikasi karena setiap anggota dapat saling melengkapi. Keselarasan peran dan kerja sama tim menjadi penting agar perbedaan karakteristik individu tetap mendukung identitas universitas yang ingin ditampilkan kepada masyarakat.

Kelima aspek teori Frank Jefkins memperlihatkan bahwa citra Universitas Malikussaleh berkaitan dengan pandangan internal, respons masyarakat, identitas yang ingin dibangun, reputasi institusi, dan peran individu yang mewakilinya. Hasil penelitian menunjukkan adanya upaya terencana untuk memperkenalkan berbagai aktivitas positif universitas melalui Duta Humas. Namun, data yang tersedia lebih kuat menggambarkan proses pembentukan dan penyampaian citra daripada membuktikan perubahan persepsi masyarakat secara menyeluruh. Oleh sebab itu, keberhasilan pembentukan citra positif perlu dipahami melalui hubungan antara komunikasi yang dilakukan, konsistensi identitas institusi, dan pengalaman nyata masyarakat terhadap Universitas Malikussaleh.

Keterkaitan Strategi Komunikasi dengan Pembentukan Citra Positif Kampus

Strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh memiliki keterkaitan dengan upaya pembentukan citra positif kampus karena setiap tahap komunikasi diarahkan untuk memperkenalkan informasi, aktivitas, dan keunggulan universitas kepada masyarakat. Perencanaan dan koordinasi dengan

UPT BKP membantu menjaga keselarasan kegiatan dengan tujuan institusi, sedangkan penentuan audiens memungkinkan pesan disesuaikan dengan kebutuhan penerima informasi. Penyusunan pesan yang informatif dan pemilihan media yang sesuai mendukung penyebaran informasi kepada khalayak yang lebih luas. Pelaksanaan kegiatan secara langsung maupun digital kemudian menjadi sarana untuk menampilkan identitas universitas melalui berbagai aktivitas akademik dan nonakademik. Rangkaian tersebut memperlihatkan bahwa pembentukan citra tidak berlangsung melalui satu kegiatan, melainkan melalui proses komunikasi yang saling berkaitan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa keterlibatan Duta Humas tidak terbatas pada penyampaian pesan melalui media sosial. Partisipasi dalam promosi kampus, podcast, pendampingan tamu, kegiatan penerimaan mahasiswa baru, dan acara resmi universitas memberikan kesempatan bagi anggota untuk merepresentasikan institusi secara langsung. Keberagaman kemampuan anggota turut mendukung pelaksanaan berbagai bentuk komunikasi tersebut. Dalam kaitannya dengan teori Frank Jefkins (2003), aktivitas komunikasi ini dapat membantu memperkenalkan identitas universitas sekaligus mendukung citra yang ingin dibangun. Publikasi kegiatan dan prestasi, misalnya, menjadi bagian dari upaya menampilkan Universitas Malikussaleh sebagai perguruan tinggi yang aktif dan berkembang. Respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan juga dapat menjadi bahan untuk memahami penerimaan publik terhadap pesan institusi.

Meskipun demikian, hubungan antara strategi komunikasi dan citra positif tidak dapat dimaknai sebagai hubungan sebab-akibat yang sepenuhnya telah terbukti. Respons positif pada media sosial dan meningkatnya penyebaran informasi menunjukkan adanya penerimaan terhadap sebagian aktivitas komunikasi, tetapi belum cukup untuk memastikan bahwa persepsi masyarakat terhadap universitas telah berubah secara menyeluruh. Citra kampus juga dipengaruhi oleh kualitas pendidikan, pelayanan, pengalaman mahasiswa, reputasi akademik, dan interaksi masyarakat dengan institusi. Evaluasi strategi komunikasi karena itu perlu memperhatikan bukan hanya jumlah konten atau respons digital, melainkan juga jangkauan audiens, pemahaman terhadap pesan, dan persepsi masyarakat terhadap universitas.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 telah dilaksanakan melalui enam tahapan Middleton dalam Cangara (2017), mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Pelaksanaannya mendukung upaya pembentukan citra positif sebagaimana dianalisis melalui lima aspek citra Frank Jefkins (2003). Kontribusi utama Duta Humas terletak pada penyebarluasan informasi, pengenalan aktivitas kampus, serta keterlibatan mahasiswa sebagai representasi universitas dalam komunikasi publik. Penguatan evaluasi melalui indikator yang lebih terukur dan pemahaman terhadap persepsi masyarakat diperlukan agar kontribusi tersebut dapat dinilai lebih mendalam. Dengan demikian, Duta Humas merupakan salah satu unsur pendukung pembentukan citra positif Universitas Malikussaleh yang perlu berjalan selaras dengan kinerja dan kualitas institusi secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi Duta Humas Universitas Malikussaleh Angkatan 2025 dalam mendukung pembentukan citra positif kampus dilaksanakan melalui enam tahapan, yaitu perencanaan, penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi. Pelaksanaan strategi tersebut melibatkan koordinasi dengan UPT Bahasa, Kehumasan, dan Penerbitan serta memanfaatkan media digital dan komunikasi langsung untuk memperkenalkan kegiatan, prestasi, dan keunggulan universitas.

Berdasarkan teori citra Frank Jefkins, upaya tersebut berkaitan dengan pandangan internal terhadap universitas, persepsi masyarakat, citra yang ingin dibangun, citra institusi, dan keberagaman peran anggota Duta Humas. Temuan ini menunjukkan bahwa Duta Humas berkontribusi sebagai bagian dari komunikasi institusi dalam menyebarkan informasi dan memperkuat pengenalan Universitas Malikussaleh kepada masyarakat.

Kontribusi Duta Humas terhadap pembentukan citra positif perlu dipahami secara proporsional karena citra universitas tidak hanya dipengaruhi oleh publikasi dan interaksi di media sosial, tetapi juga oleh kualitas pendidikan, pelayanan akademik, prestasi, serta pengalaman masyarakat terhadap institusi. Respons publik terhadap konten yang dipublikasikan menunjukkan adanya interaksi komunikasi, tetapi belum cukup untuk membuktikan perubahan persepsi masyarakat secara menyeluruh. Oleh karena itu, pengembangan strategi komunikasi perlu disertai evaluasi yang lebih terukur, termasuk penilaian terhadap jangkauan informasi, pemahaman audiens, dan persepsi masyarakat. Upaya tersebut diharapkan dapat memperkuat efektivitas program Duta Humas dalam mendukung citra positif Universitas Malikussaleh secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I., Aditya Tama, P., Pratama Ohorella, P., & Mahardhika, S. (2023). Peningkatan diseminasi informasi, promosi, dan citra positif institusi melalui peran Duta ITS. *Jurnal Sosial dan Sains*, 3(11), 1181–1186. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i11.1074>
- Andini, S. N., Saleh, A., Safitri, S., Royani, E., & Hasanah, T. (2025). Strategi humas dalam upaya meningkatkan citra perguruan tinggi. *TADTRIBUNA: Journal of Islamic Education Management*, 5(2), 82–93. <https://doi.org/10.61456/tjiec.v5i2.261>
- Fitria, P. K., & Sumanti, S. T. (2025). Public relations communication strategy of UINSU on the Instagram platform to enhance a positive image among new students. *Journal Analytica Islamica*, 14(1), 424–433. <https://doi.org/10.30829/jai.v14i1.25100>
- Hendratta, M. (2022). Peran campus ambassador dalam membangun reputasi perguruan tinggi (pada Universitas Merdeka Malang). *Journal Communication Specialist*, 1(3), 298–118. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jcs/article/view/4692>
- Moleong, L. J. (2016). Metodologi penelitian kualitatif. Remaja Rosdakarya.
- Parapat, R. W., Zebua, A. H., Nurhanifah, N., Sambas, N. A., Irzwansyah, M. D., & Hasibuan, F. A. K. (2023). Peran public relation dalam meningkatkan citra Universitas Medan Area. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 127–137. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3304>
- Satya, Y. J. A., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan website dan media sosial dalam membangun citra positif perguruan tinggi. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 187–209. <https://doi.org/10.33508/jk.v7i2.1750>
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Yulianti, T., Fawwaz, F., & Agustini, F. (2025). Analisis upaya SD Muhammadiyah 1 Cileungsi dalam membangun citra positif di masyarakat. *Jurnal Commnova: Communication and Media*, 1(1), 30–36. <https://doi.org/10.37373/jvk.v1i1.1867>