

MANAJEMEN FUNGSI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI INSTITUT AGAMA ISLAM SYARIFUDDIN LUMAJANG

Rokhmad¹, Abdul Mu'is², Zainal Abidin³

¹ UIN KHAS Jember, Mangli, Jawa Timur Indonesia
e-mail: rokhmadsdi3@gmail.com

² UIN KHAS Jember, Mangli, Jawa Timur Indonesia
e-mail: abdulmuis@uinkhas.ac.id

³ UIN KHAS Jember, Mangli, Jawa Timur Indonesia
e-mail: zainalabidin@uinkhas.ac.id

DOI : 10.35719/leaderia.v4i1.425

ABSTRACT

Public relations is one of the management functions that has a dominant role in the successful management of educational organizations, especially private Islamic Religious Universities which carry out the tasks of education, research and community service as stated in the Tri Dharma of Higher Education. The focus of the discussion in the research is on the management of implementing the public relations function within the Syarifuddin Islamic Institute, Lumajang with schools/madrasahs, government and private agencies, as well as alumni in increasing the number of new students. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study type of research at the Syarifuddin Lumajang Islamic Institute. Data sources using observation techniques, in-depth interviews and documentation. Meanwhile, data analysis is done by induction and interpretation in research. The aim of this research is to describe the function of public relations from the planning, organizing, implementation to evaluation of the public relations function implemented by the Syarifuddin Lumajang Islamic Institute with schools/madrasahs, government and private agencies and alumni in increasing the number of new students. The results of this research show that the implementation of the function of community relations with schools/madrasahs, government and private agencies as well as relations with alumni has had an impact on increasing the number of new students at the Syarifuddin Lumajang Islamic Institute.

Keywords: *Public Relations Function Management, Increase in the Number of New Students.*

ABSTRAK

Hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki peran dominan pada keberhasilan pengelolaan organisasi pendidikan, khususnya Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta yang mengemban tugas pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana tertuang dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Fokus pembahasan dalam penelitian pada manajemen penerapan fungsi hubungan masyarakat di lingkungan Institut Agama Islam Syarifuddin, Lumajang dengan sekolah/madrasah, instansi pemerintah dan swasta, serta alumni dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang. Sumber

Data yang menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sementara analisa datanya dengan induksi, dan interpretasi di dalam penelitian. Adapun tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan fungsi hubungan masyarakat baik dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga evaluasi dari fungsi hubungan masyarakat diterapkan oleh Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang dengan sekolah/madrasah, instansi pemerintah dan swasta dan alumni dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan fungsi hubungan masyarakat dengan sekolah/madrasah, instansi pemerintah dan swasta serta hubungan dengan alumni berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa baru di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.

KataKunci: *Manajemen Fungsi Hubungan Masyarakat, Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru.*

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat di lembaga pendidikan menjadi corong dan penentu terciptanya image positif di masyarakat agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain (Nasution, 2006). Dalam konteks hubungan masyarakat, citra didefinisikan sebagai kesan dan gambaran yang sesuai dengan kenyataan (Pratiwi, n.d.). Hal ini menunjukkan, pentingnya peran hubungan masyarakat dalam mempengaruhi masyarakat agar memilih perguruan tinggi tersebut sebagai tempat belajar.

Terlebih perguruan tinggi memiliki tugas dan fungsi yang spesifik dalam sistem pendidikan nasional, sebagaimana Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2012). Dalam menjalankan tugas Tri Dharma Perguruan tinggi, hubungan masyarakat harus mampu membangun dan membina opini publik agar mendapatkan dukungan dalam menjalankan tugas-tugas kehumasan.

Uniknya perguruan tinggi di Indonesia memiliki strategi berbeda-beda dalam penerapan fungsi hubungan masyarakat di lembaganya, ada yang menempatkan posisi hubungan masyarakat dalam struktur organisasi kampus sebagai lembaga unit kerja mandiri yang bersifat vertikal ada pula yang melebur dengan struktur organisasi kelembagaan, namun sejatinya penerapan fungsi hubungan masyarakat tetap berpedoman pada prinsip hubungan masyarakat sebagaimana diungkapkan James E. Grunig, yakni *involvement, empowerment, integration, independence, managerial, symmetrical model, symmetrical internal communication, knowledge, role diversity, ethical public relations* (Erisanty, n.d.).

Perguruan tinggi di Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan perguruan tinggi terbanyak di dunia, dengan klasifikasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam sebanyak 847 lembaga (Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, 2019). Menjamurnya perguruan tinggi itu dipengaruhi

oleh kebutuhan calon mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan tinggi. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam mencatat jumlah mahasiswa di zona tapal kuda Provinsi Jawa Timur merupakan wilayah terbanyak yang mencapai 106.562 mahasiswa (Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, 2019).

Sejauh ini terdapat lebih dari 15 penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat di perguruan tinggi, semua penelitian itu bisa dikelompokkan kedalam tiga kelompok besar berdasarkan tujuan. Pertama studi humas sebagai media informasi dalam membentuk citra positif (Luqman, n.d.; Muchtar, 2016; Pratiwi, n.d.; Setyanto et al., 2017), kedua studi tentang humas sebagai upaya peningkatan mutu/kualitas (Damayanti, 2021; Prastya, 2018), ketiga studi tentang humas sebagai bagian dari manajemen organisasi (Satlita, 2015). Dari beberapa jurnal penelitian diatas, seluruhnya membahas tentang pola dan manajemen hubungan masyarakat sebagaimana prinsip hubungan masyarakat James E. Grudig tentang 10 prinsip hubungan masyarakat (Erisanty, n.d.).

Fenomena ini menunjukkan bahwa hubungan masyarakat adalah bagian dari fungsi manajemen dalam mendukung tercapainya tujuan organisasi pendidikan. Artikel ini membahas tentang pola manajemen hubungan masyarakat di perguruan tinggi dari sudut pandang yang sama, hanya saja maksud dan tujuannya lebih spesifik yakni tentang pengaruh penerapan fungsi hubungan masyarakat dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Penelitian ini penting dilakukan, karena selain mutu, salah satu indikator keberhasilan perguruan tinggi adalah jumlah mahasiswa. Terlebih pada tahun 2015 lalu, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) mencabut ijin operasional perguruan tinggi karena keterbatasan jumlah mahasiswa (Fajar, 2019).

Tujuan penulisan karya ini, untuk mendeskripsikan pola penerapan fungsi hubungan masyarakat Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang dalam rangka meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Baik hubungan dengan publik internal (civitas akademik) maupun pola hubungan dengan publik eksternal (masyarakat). Dari lima perguruan tinggi keagamaan islam swasta di Lumajang, Institut Agama Islam Syarifuddin merupakan satu-satunya perguruan tinggi keagamaan islam swasta terbesar, dari sisi jumlah mahasiswa. Fenomena inilah, yang membuat penulis tertarik dan ingin berkontribusi secara ilmiah bagi dunia pendidikan swasta, baik kontribusi secara teoritis maupun praktis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, yaitu penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa data dan tulisan dari seseorang atau organisasi dalam pelaksanaan sebuah kegiatan. Sebagaimana yang diungkapkan Bogdan dan Taylor "pendekatan kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau

lisan dari orang-orang dan perilaku (tindakan) yang diamati (Taylor, 2015). Oleh karena itu, penelitian ini akan menggambarkan secara detail melalui tentang tata kelola fungsi hubungan masyarakat yang diterapkan di IAI Syarifuddin. pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.

Dalam melakukan penelitian, kehadiran peneliti menjadi penting, sebab dalam jenis penelitian ini peneliti akan datang langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data-data yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ilmiah, subjek penelitian menjadi perhatian serius, sebab subjek inilah yang akan menentukan data atau dokumen yang diperlukan dalam sebuah penelitian, sebagaimana umumnya dalam menentukan sumber data atau informan peneliti menggunakan tehnik purposive sampling yakni salah satu tehnik penentuan informan baik informan di internal maupun eksternal, diantaranya Rektor, Wakil Rektor, Staf Humas, Ketua Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), serta pihak-pihak lain yang berkaitan dengan materi penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi atau pengamatan langsung, wawancara mendalam dengan berbagai pihak di internal dan eksternal kampus, dan teknik dokumentasi yang berkaitan dengan data-data yang diperlukan. Data yang telah dikumpulkan, kemudian akan dianalisis sesuai dengan kebutuhan pada fokus penelitian, mulai dari proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data lapangan model Miles dan Huberman seperti reduksi data yang akan merangkum kemudian memilih hal-hal atau materi pokok dan memfokuskan pada materi atau data penting (Rijali, 2018). Kemudian, data yang telah direduksi akan disajikan (display data) Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat ditampilkan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya hingga yang terakhir dalam analisis data ini akan dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi (verification) dimana data yang telah direduksi dan disajikan akan dilakukan penyimpulan sementara terkait data-data yang diperoleh di lapangan dengan menyertakan bukti-bukti yang kuat (valid and konsisten), sehingga saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel dan dapat digunakan. Data yang telah dianalisis, kemudian diuji keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi sumber yakni melakukan pengecekan ulang data melalui anggota sumber data atau member chek dan triangulasi data dengan memeriksa ulang data dari sumber berbeda (Sugiyono, 2013), kegiatan ini untuk memastikan keabsahan atau kredibilitas data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tata Kelola Fungsi Humas IAI Syarifuddin Lumajang dengan Sekolah/madrasah

Tata kelola fungsi hubungan masyarakat IAI Syarifuddin Lumajang dengan sekolah dilakukan dengan manajemen yang matang, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga evaluasi dengan mengedepankan prinsip-prinsip efektifitas dan efisiensi. Perencanaan rencana target hingga strategi yang akan diterapkan dalam membangun hubungan dengan sekolah dan madrasah. Sementara pengorganisasian dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya internal, baik pejabat struktural, dosen hingga staf yang memiliki kemampuan dalam menjalankan fungsi hubungan masyarakat dengan sekolah dan madrasah, sebagaimana yang diungkapkan oleh Wakil Rektor III IAI Syarifuddin Lumajang.

“...Bidang hubungan masyarakat sementara kami masukkan kedalam struktur kampus mas, salah satu alasannya efisiensi Sumber Daya Manusia (SDM).” (Mufidz, 2023)

Sementara pelaksanaan hubungan kerjasama dengan sekolah dan madrasah diawali dengan komunikasi informal dengan salah satu tenaga pendidik atau tenaga kependidikan di masing-masing sekolah dan madrasah untuk membangun hubungan emosional, sebelum akhirnya ditindak lanjuti dengan komunikasi formal hingga penandatanganan naskah kerjasama atau Memorandum of Understanding (MoU) sebagaimana diungkapkan oleh Wakil Rektor III IAI Syarifuddin Lumajang.

“...Kerjasama itu dilakukan jika ada hal-hal yang menguntungkan kepada kedua belah pihak dan yang melakukan komunikasi untuk bekerjasama bisa dari unsur pimpinan (rektor) maupun fakultas yang kemudian dikoordinasi oleh kami di Warek III untuk ditindaklanjuti secara formal”(Darwis, 2023).

Penggunaan pendekatan komunikasi informal ini sesuai dengan teori model komunikasi yang diungkapkan oleh Rosnow tentang komunikasi informal atau yang biasa dikenal dengan “selentingan/desas desus” (Rodnow, 2005). Meski model komunikasi ini tidak bersifat resmi, namun model ini sengaja diterapkan karena sesuai dengan kultur dan kebudayaan di Institut Agama Islam Syarifuddin, yang berbasis pesantren.

Dalam pelaksanaan hubungan kerjasama antara Institut Agama Islam Syarifuddin dengan sekolah dan madrasah ini sesuai dengan teori manajemen yang dicetuskan oleh Geroge R. Terry dalam buku *Principles of Management* sebagaimana dikutip oleh Suhadi Winoto yang menyatakan manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui usaha bersama-sama orang lain (Winoto, 2020). Selain itu, Institut Agama Islam Syarifuddin juga menerapkan siklus manajemen William Edwards Deming, yang dikenal dengan Plan, Do, Chek dan Act (PDCA) yang mengutamakan kualitas pengelolaan organisasi dengan prinsip manajemen mutu yang berkelanjutan (Kristianty, 2005).

Hubungan berkelanjutan dalam pelaksanaan program hubungan masyarakat dilakukan untuk memastikan hubungan baik antara organisasi dengan publknnya. Hubungan kerjasama yang sebelumnya terjalin ditindaklanjuti oleh tim humas kampus dengan mempublikasi kegiatan di media masing-masing

lembaga yang melakukan kerjasama. Bahkan, tim adhoc, khususnya yang berkaitan dengan penerimaan mahasiswa baru (PMB) bersama tim syarifuddin outbond and leadership development (SOLID) melakukan sosialisasi hingga memfasilitasi kebutuhan yang berkaitan dengan teknis penerimaan calon mahasiswa baru.

Seluruh kegiatan kerjasama dipublikasi melalui platform media sosial seperti Website, facebook, instagram, dan youtube sebagai media promosi kampus yang dikolaborasikan dengan media sosial sekolah/madrasah, sebagaimana diungkapkan Ketua PMB IAI Syarifuddin Lumajang.

“...Kami juga menyebarkan informasi kampus melalui berbagai platform media sosial, dengan materi konten kekinian baik berupa konten gambar, meme, hingga video” (Purwanto, 2023).

Pola hubungan dan kerjasama yang dilakukan Institut Agama Islam Syarifuddin berpedoman pada prinsip hubungan masyarakat menurut Grunig, diantaranya; fungsi involvement, empowerment, integration, independence, managerial, symmetrical model, symmetrical internal communication, knowledge, role diversity, ethical public relations (Erisanty, n.d.).

Selain berdampak pada reputasi dan citra positif, hubungan dan kerjasama ini juga berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa baru, yang berasal dari siswa/I sekolah dan madrasah, sebagaimana diungkapkan Wakil Kepala SMA Negeri 01 Lumajang;

“...Dalam rentan waktu 2 tahun terakhir, beberapa lulusan kami (SMA Negeri 01 Lumajang) ada yang melanjutkan pendidikannya ke IAI Syarifuddin” (Arianty, 2023).

Hal ini menunjukkan penerapan fungsi hubungan masyarakat dengan sekolah dan madrasah berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa baru.

Tata Kelola Fungsi Humas IAI Syarifuddin Lumajang dengan Instansi Pemerintah dan Swasta

Tata kelola hubungan dan kerjasama yang dilakukan IAI Syarifuddin Lumajang dengan instansi pemerintah dan swasta dilakukan secara sistematis dan dilaksanakan dengan kurun waktu tertentu. Fokus kerjasama dengan instansi ini dilakukan dengan menitikberatkan target pada hubungan kerjasama resmi kelembagaan yang ditandai dengan Memorandum of Understanding (MoU) yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik keuntungan materi maupun keuntungan reputasi atau citra positif.

Strategi membangun dan mempertahankan hubungan kerjasama dengan instansi ini diawali dengan melakukan pendekatan emosional, melalui model komunikasi informal antar pimpinan lembaga. Komunikasi itu dilakukan dengan memanfaatkan jabatan strategis diluar kampus, yang kebetulan mengemban amanah sebagai ketua organisasi kemasyarakatan maupun tokoh masyarakat yang bermitra dengan instansi pemerintah maupun swasta. Pola ini sesuai dengan model komunikasi informal yang

banyak digunakan diberbagai organisai pemerintah maupun organisasi masyarakat termasuk diantaranya organisasi nirlaba.

Komunikasi yang terbangun secara kultur itulah, kemudian ditindaklanjuti secara formal berupa kunjungan antar lembaga untuk menyusun dan membahas materi kerjasama. Layaknya kerjasama pada umumnya, kerjasama dengan instansi ini untuk memperluas jejaring kampus dengan sejumlah stake holders yang berkaitan dengan jurusan di Institut Agama Islam Syarifuddin, sebagaimana diungkapkan Wakil Rektor III:

“...Kerjasama dengan Pemda, BNN, Kemenag, Perusahaan Daerah hingga OPD kita lakukan dalam hal action program pemerintah mas, termasuk juga kita kerjasama dalam hal praktikum mahasiswa kami disana”(Darwis, 2023).

Selain memuat materi dasar kerjasama, dalam pelaksanaan kerjasama itu para pihak diwajibkan menginformasikan kegiatan kerjasama di media sosial para pihak. Terutama instansi swasta berupa media pers, materi kerjasama dipublikasi melalui berita. Hal ini, bertujuan untuk membangun dan mempertahankan citra positif di masyarakat, sehingga berpengaruh pada pengambilan keputusan untuk memilih Institut Agama Islam Syarifuddin sebagai tempat belajar bagi jenjang pendidikan tinggi. Hal ini sesuai tujuan hubungan masyarakat yakni meningkatkan pemahaman dan mempengaruhi perilaku khalayak (Lumbald & Stewart, 2005 : 3).

Tata Kelola Fungsi Humas IAI Syarifuddin Lumajang dengan Alumni

Dalam menjalankan fungsi hubungan masyarakat dengan alumni, Institut Agama Islam Syarifuddin menempatkan alumni sebagai cermin dan kepanjangan tangan dalam peningkatan kualitas pengelolaan lembaga pendidikan di kampus, karena alumni mejadi bagian dari modal sosial yang secara otomatis melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Hubungan kerjasama dengan alumni, dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yakni pendekatan formal dan informal. Sebagaimana hasil temuan sebagai berikut;

a. Pendekatan Formal.

Hubungan kerjasama melalui pendekatan formal dilakukan dengan membangun komunikasi formal (resmi) melalui rapat dan pertemuan rutin, yang diinisiasi oleh Wakil Rektor III Institut Agama Islam Syarifuddin melalui staf humas. Dalam pertemuan itu, pihak kampus membentuk organisasi alumni institut yakni: Ikatan Alumni Institut (IAI) sebagai wadah alumni semua alumni di beberapa fakultas dan angkatan yang dinyatakan lulus. Pendekatan formal ini dalam rangka mendukung peningkatan kualitas pendidikan, serta prasyarat akreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

b. Pendekatan Informal

Pendekatan informal merupakan salah satu strategi yang diterapkan Institut Agama Islam Syarifuddin dalam mengoptimalkan penerapan fungsi-fungsi kehumasan dalam membangun dan mempertahankan kerjasama dengan alumni. Pola pendekatan ini dilakukan dengan mengedepankan hubungan emosional antara Institut Agama Islam Syarifuddin dengan alumni di semua jurusan dan angkatan. Bahkan, pihak kampus juga menginisiasi agar disetiap angkatan dan jurusan membentuk perkumpulan alumni yang bersifat informal.

Pola hubungan kerjasama informal yang dimaksud disini, untuk menjaring dan memetakan seluruh potensi alumni termasuk diantaranya yang memiliki privilege. Hal ini penting untuk memastikan kegiatan atau aktivitas apapun yang dilakukan alumni dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat pada Institut Agama Islam Syarifuddin.

Layaknya hubungan kerjasama pada umumnya, hubungan informal dengan alumni ini juga dilakukan dengan prinsip excellence theory yang ditawarkan Grudig and Hunt yakni two way symmetric communication atau dua jalan komunikasi simetris atau saling menguntungkan diantara kedua belah pihak (Butterick, 2011). Sehingga reputasi dan citra positif kampus tetap baik dimata publik, sementara alumni mendapatkan keuntungan moral hingga material berupa distribusi dalam bidang pekerjaan atau dalam kelompok masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan. Pertama, tata kelola fungsi fungsi hubungan masyarakat dengan sekolah dan madrasah dilakukan dengan mengedepankan pendekatan informal dan formal, yang berdampak pada pengambilan keputusan siswa dalam memilih Institut Agama Islam Syarifuddin sebagai tempat belajar pada jenjang pendidikan tinggi. Kedua, hubungan dengan instansi pemerintah dan swasta dilakukan dengan mengedepankan nilai-nilai promosi sehingga mampu membangun kepercayaan masyarakat dalam memilih Institut Agama Islam Syarifuddin sebagai lembaga pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi. Ketiga, hubungan dengan alumni dilakukan dengan mengedepankan hubungan emosional, sehingga mampu mempengaruhi masyarakat dalam memilih Institut Agama Islam Syarifuddin sebagai lembaga pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi..

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, K., 2011. *Introducing public relations : theory and practice*. SAGE Publications, Inc, London.
- Damayanti, P., 2021. Pengembangan Humas Efektif di Perguruan Tinggi. *JOPPAS J. Public Policy Adm. Silampari* 3, 6–11. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3113>

- Darwis, M., 2023. wawancara Wakil Rektor III IAI Syarifuddin Lumajang.
- Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, 2019. EMIS PTKI - DASHBOARD MONITORING [WWW Document]. Emis Pendis. URL <https://emispendis.kemenag.go.id/ptkidashboard/Kelembagaan/PTKIBerdasarkanStatusLembaga> (accessed 11.11.22).
- Erisanty, D., n.d. Studi Deskriptif tentang Aktivitas Public Relation di Indonesia Berdasarkan Prinsip-Prinsip Teori Excellence.
- Fajar, T., 2019. Menristekdikti: Kampus Swasta Ditutup karena Tak Ada Mahasiswanya : Okezone Edukasi [WWW Document]. <https://edukasi.okezone.com/>. URL <https://edukasi.okezone.com/read/2019/02/19/65/2020280/menristekdikti-kampus-swasta-ditutup-karena-tak-ada-mahasiswanya> (accessed 2.27.23).
- Kristianty, D.T., n.d. Peningkatan Mutu Pendidikan Terpadu Cara Deming.
- Luqman, Y., n.d. Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang.
- Muchtar, K., 2016. Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Positif Perguruan Tinggi Islam 15.
- Mufidz, S., 2023. wawancara Rektor IAI Syarifuddin Lumajang.
- Nasution, Z., 2006. Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan. UMM Press, Malang.
- Prastya, N.M., 2018. Peran Humas Perguruan Tinggi Dalam Manajemen Krisis Organisasi.
- Pratiwi, H.A., n.d. Peranan Humas dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi.
- Purwanto, H., 2023. wawancara Ketua PMB IAI Syarifuddin Lumajang.
- Rijali, A., 2018. Analisis Data Kualitatif. 2018 17.
- Satlita, L., 2015. Manajemen Kehumasan di Perguruan Tinggi. Efisiensi - Kaji. ILMU Adm. 7. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v7i1.3911>
- Sekretariat Negara Republik Indonesia, n.d. Undang-Undang No. 12 tentang Pendidikan Tinggi.
- Setyanto, Y., Anggarina, P.T., Valentina, A., 2017. Branding yang Dilakukan Humas pada Perguruan Tinggi Swasta. J. Muara Ilmu Sos. Hum. Dan Seni 1, 171. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.347>
- Sugiyono, P.D., 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Taylor, S.J., Bogdan, R., DeVault, M., 2015. Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource. John Wiley & Sons.
- Winoto, S., 2020. Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan. CV. Bildung Nusantara, Yogyakarta.