

STRATEGI PERENCANAAN MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENERIMAAN MAHASISWA BARU DI INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY BANDUNG

Hamidah^{1✉}

International Women University¹

hamidah@iwu.ac.id¹

Received: 2025-11-10; Accepted: 2025-11-25; Published: 2025-12-25

Abstract : This study examines communication management planning in the new student admission process at International Women University (IWU) as an effort to enhance the effectiveness of promotional activities and increase prospective students' interest. In the context of increasingly intense competition among higher education institutions, a well-planned and systematic communication strategy has become a crucial factor in achieving admission targets. This research employs a qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The research informants include members of the management team, public relations officers, and administrative staff directly involved in the student admission process. Data were analyzed descriptively to identify communication patterns, implemented strategies, and challenges encountered. The findings indicate that IWU has implemented a comprehensive communication planning process, encompassing situation analysis, target audience identification, selection of communication media, program implementation, and evaluation. The media utilized include social media platforms, the official website, brochures, and direct promotional visits to schools. These strategies have proven effective in increasing institutional visibility and expanding information outreach to prospective students. However, the implementation still faces challenges, particularly in terms of limited human resources and promotional budget constraints. This study concludes that structured communication management planning plays a significant role in supporting the success of new student admissions at IWU. Therefore, strengthening strategic planning, enhancing collaboration, and optimizing the use of digital technology are recommended for future development.

Keywords: *Evaluation, Communication, Management, Planning, Strategy, University*

Copyright © 2025, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) merupakan salah satu aktivitas strategis dan krusial dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi. Kegiatan ini tidak hanya berkaitan dengan proses administratif penerimaan mahasiswa, tetapi juga berfungsi sebagai pintu masuk utama bagi universitas dalam memperkenalkan identitas, nilai, dan keunggulannya kepada calon mahasiswa. Oleh karena itu, keberhasilan PMB sangat dipengaruhi oleh kemampuan perguruan tinggi dalam merancang dan mengelola strategi komunikasi yang efektif, terencana, dan berkelanjutan. Strategi komunikasi yang tepat akan berkontribusi dalam membangun citra positif institusi serta menarik calon mahasiswa yang sesuai dengan visi dan misi universitas.

Dalam konteks persaingan pendidikan tinggi yang semakin ketat, universitas dituntut untuk tidak hanya menawarkan program akademik yang berkualitas, tetapi juga mampu mengomunikasikan keunggulan tersebut secara persuasif dan relevan. International Women University (IWU) sebagai institusi pendidikan tinggi yang berorientasi pada pembentukan pemimpin perempuan berwawasan global, memiliki kepentingan strategis dalam pengelolaan PMB. IWU menargetkan tidak hanya mahasiswa domestik, tetapi juga mahasiswa internasional yang berasal dari latar belakang budaya, sosial, dan geografis yang beragam. Kondisi ini menuntut adanya perencanaan manajemen komunikasi yang matang agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh berbagai segmen calon mahasiswa.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut memengaruhi dinamika PMB di perguruan tinggi. Media digital seperti laman resmi universitas, media sosial, dan platform komunikasi interaktif kini menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi terkait pendaftaran, program studi, fasilitas, hingga kehidupan kampus. Perubahan pola komunikasi ini menuntut universitas untuk menyesuaikan strategi komunikasinya agar selaras dengan karakteristik generasi muda yang semakin akrab dengan teknologi digital. Dengan demikian, komunikasi dalam PMB tidak lagi bersifat satu arah, melainkan harus mampu menciptakan ruang interaksi yang dialogis, informatif, dan responsif terhadap kebutuhan calon mahasiswa.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan PMB sangat berkaitan dengan strategi dan manajemen komunikasi yang diterapkan oleh perguruan tinggi. Penelitian di STAI As-Sunnah pada tahun 2023 menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, kegiatan roadshow, penggunaan media luar ruang seperti baliho dan brosur, serta komunikasi langsung dengan calon mahasiswa dan orang tua berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jumlah pendaftar. Evaluasi melalui survei kepuasan mahasiswa juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan memberikan dampak positif terhadap persepsi calon mahasiswa.

Temuan serupa ditunjukkan dalam penelitian di IAIN Kerinci pada periode 2023–2024 yang menekankan pentingnya integrasi antara media digital dan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah. Kombinasi kedua pendekatan tersebut dinilai efektif dalam memperkuat pemahaman calon mahasiswa mengenai program studi, sistem pendaftaran, serta prospek lulusan. Sementara itu, penelitian di Politeknik Kesehatan Bhakti Setya Indonesia Yogyakarta tahun 2024 menegaskan bahwa digital marketing memiliki peran dominan dalam meningkatkan minat pendaftar, khususnya melalui penggunaan media sosial yang interaktif dan informatif. Namun demikian, penelitian di STAB Kertarajasa Batu tahun 2024 menunjukkan bahwa meskipun komunikasi digital efektif dalam menjangkau audiens yang luas, keberhasilan optimal tetap memerlukan dukungan komunikasi tatap muka melalui kegiatan sosialisasi langsung.

Hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi yang transparan, cepat, dan interaktif mampu meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa terhadap institusi pendidikan. Kepercayaan ini menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan calon mahasiswa untuk mendaftar. Selain itu, media sosial terbukti berperan dalam membangun kedekatan emosional antara universitas dan calon mahasiswa, sehingga komunikasi PMB tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya menciptakan pengalaman positif sejak tahap awal interaksi.

Bagi IWU, pemanfaatan data serta umpan balik dari calon mahasiswa menjadi aspek penting dalam evaluasi efektivitas strategi komunikasi PMB. Komunikasi yang efektif seharusnya bersifat dua arah, memungkinkan universitas untuk memahami kebutuhan, harapan, serta persepsi calon mahasiswa. Evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan akan membantu IWU dalam mengidentifikasi kelemahan strategi komunikasi yang telah diterapkan, sekaligus mendorong lahirnya inovasi komunikasi yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal.

Permasalahan PMB di IWU dapat dipahami melalui dua dimensi utama. Pertama, bagaimana IWU dapat merancang strategi komunikasi yang mampu menonjolkan keunikan dan keunggulan institusi di tengah persaingan antarperguruan tinggi. Kedua, bagaimana optimalisasi media komunikasi digital dapat dilakukan agar tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang membangun kepercayaan dan kedekatan dengan calon mahasiswa. Kedua dimensi ini menunjukkan bahwa tantangan PMB tidak hanya terletak pada kuantitas mahasiswa baru, tetapi juga pada kualitas hubungan komunikasi yang terbangun selama proses penerimaan berlangsung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji pengelolaan komunikasi dalam penerimaan mahasiswa baru di International Women University. Fokus penelitian meliputi strategi komunikasi yang diterapkan, media yang digunakan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjangkau calon mahasiswa dengan latar belakang budaya dan geografis yang beragam. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan akademik bagi pengembangan strategi komunikasi PMB di perguruan tinggi Indonesia dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompetitif.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif berupaya memahami fenomena sosial dengan menekankan pada makna, konteks, dan pengalaman subjektif dari para partisipan penelitian. Fokus utama penelitian kualitatif adalah menggali kedalaman informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumen yang relevan.

Menurut Moleong (2017), “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.”

Dalam kerangka penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan landasan teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi bertujuan untuk kembali kepada “das sein” atau hakikat dari pengalaman, yaitu bagaimana

individu mengalami suatu peristiwa secara sadar tanpa dipengaruhi oleh asumsi-asumsi sebelumnya.

Dalam fenomenologi Husserl, terdapat beberapa asumsi mendasar, Fenomena sebagai pusat realitas segala pengetahuan bermula dari kesadaran akan pengalaman manusia. Sesuatu dianggap nyata sejauh ia menampakkan diri dalam pengalaman sadar. Epoche (bracketing) peneliti menunda segala prasangka atau asumsi awal untuk memahami fenomena sebagaimana adanya. Intensionalitas kesadaran setiap kesadaran selalu diarahkan pada sesuatu, artinya pengalaman manusia selalu terhubung dengan objek tertentu. Makna dibangun dari pengalaman subyektif fenomenologi berasumsi bahwa makna realitas sosial dapat ditemukan dengan menggali pengalaman hidup subjek penelitian secara mendalam.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis atas jawaban dari orang yang diwawancarai. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaannya sampai tahap diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles & Huberman (1992) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.

Aktivitas dalam analisis data adalah, data reduction, data display, dan verification. Dengan demikian, kesimpulan pada penelitian kualitatif mungkin bisa menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Tapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah pada penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran objek penelitian yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori. (Ronda, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, penerimaan mahasiswa baru dapat dipahami melalui empat asumsi utama fenomenologi: fenomena sebagai pusat realitas, epoche (bracketing), intensionalitas kesadaran, serta makna yang dibangun dari pengalaman subjektif. Keempat asumsi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling menopang dalam membentuk pemahaman yang utuh tentang bagaimana individu memaknai pengalaman mereka dalam proses penerimaan mahasiswa baru.

Fenomena sebagai Pusat Realitas

Dalam memahami penerimaan mahasiswa baru, informan pertama menuturkan pengalaman yang sangat mendasar, di mana proses penerimaan dianggap sebagai pintu awal bagi setiap individu untuk memasuki dunia akademik. Ia mengatakan:

"Bagi saya, momen pertama kali diterima di kampus itu bukan sekadar formalitas administratif, tetapi sebuah pengalaman yang benar-benar nyata dan mengubah hidup. Saat menerima surat penerimaan, saya merasa dunia baru sedang terbuka di depan saya. Semua rasa cemas, harap, dan perjuangan selama seleksi seperti mendapatkan jawabannya. Momen itu menegaskan bahwa kenyataan hidup saya mulai berubah dari seorang calon mahasiswa menjadi bagian dari civitas akademika."

Hal serupa disampaikan informan kedua, yang menekankan bahwa pengalaman penerimaan mahasiswa baru bukan hanya soal pengumuman lulus atau tidak, melainkan tentang kesadaran akan realitas baru yang terbentuk. Ia mengungkapkan:

"Waktu itu, saya membuka pengumuman di malam hari. Begitu nama saya tercantum sebagai mahasiswa baru, saya merasa realitas saya berubah seketika. Saya bukan lagi hanya lulusan SMA, tetapi calon sarjana. Itu pengalaman yang begitu kuat dan nyata, seolah-olah seluruh masa depan saya mulai terbentuk dari titik itu."

Pernyataan kedua informan ini memperlihatkan bahwa fenomena penerimaan mahasiswa baru merupakan realitas yang lahir dari kesadaran individu terhadap pengalaman personalnya, sejalan dengan asumsi fenomenologi bahwa realitas bermula dari pengalaman sadar manusia. Hal ini menegaskan pandangan Husserl bahwa realitas berawal dari kesadaran manusia terhadap apa yang dialami (Husserl, 1931: 43). Kesan pertama saat pendaftaran dan proses seleksi menjadi momen yang autentik dan emosional, sehingga membentuk realitas sosial yang signifikan dalam perjalanan hidup mereka. Realitas bagi mereka bukanlah sekadar data administratif, melainkan pengalaman emosional, psikologis, dan sosial yang dialami secara langsung. Temuan ini menguatkan asumsi teori bahwa segala bentuk pengetahuan lahir dari kesadaran subjektif atas fenomena yang dialami, dan bahwa proses penerimaan mahasiswa baru bukan hanya prosedur birokratis, melainkan pengalaman hidup yang menandai peralihan identitas seseorang dari calon mahasiswa menjadi bagian dari komunitas akademik.

Epoche (*Bracketing*)

Pada saat ditanya lebih jauh mengenai pengalaman awal menjadi mahasiswa baru, informan ketiga menjelaskan bagaimana ia mencoba menunda segala prasangka sebelum benar-benar memahami proses penerimaan. Ia menuturkan:

"Sebelum benar-benar masuk, saya punya banyak bayangan tentang bagaimana dunia kampus itu. Ada rasa takut tidak bisa mengikuti, ada juga rasa khawatir soal pergaulan. Tapi ketika menjalani masa orientasi mahasiswa baru, saya berusaha mengesampingkan semua pikiran itu. Saya mencoba menunda penilaian dan hanya fokus merasakan setiap proses, mulai dari pertemuan pertama dengan dosen, kegiatan pengenalan kampus, hingga pembentukan kelompok belajar. Dengan begitu, saya merasa bisa lebih memahami seperti apa realitas kehidupan mahasiswa secara langsung, tanpa terikat pada prasangka awal."

Informan keempat juga mengisahkan hal serupa. Ia menuturkan bahwa dengan menanggalkan prasangka, ia bisa lebih jujur memahami dirinya dan lingkungannya:

"Awalnya saya sempat berasumsi kalau kampus itu penuh persaingan keras dan lingkungan yang dingin. Tapi saya mencoba menunda semua prasangka itu. Saya ikuti saja proses penerimaan dan pengenalan mahasiswa baru, ternyata tidak seburuk yang saya pikirkan. Justru saya merasa diterima dengan hangat, dosen dan senior juga terbuka. Dari situ saya belajar, kalau prasangka sering kali membatasi pengalaman kita. Dengan melepaskannya, saya bisa lebih terbuka pada kenyataan."

Kedua pengalaman ini menunjukkan praktik epoche sebagaimana dirumuskan Husserl (1965), yaitu upaya untuk menunda segala prasangka, penilaian, dan asumsi awal demi melihat fenomena sebagaimana adanya. Para informan pada awalnya memiliki banyak bayangan mengenai rumitnya prosedur, adanya kemungkinan diskriminasi, maupun keraguan terhadap transparansi sistem seleksi. Salah satunya bahkan sempat beranggapan bahwa penerimaan mahasiswa baru dipengaruhi oleh faktor "orang dalam". Namun, setelah mengikuti seluruh tahap seleksi secara langsung, persepsi itu berubah. Mereka merasakan adanya prosedur yang cukup transparan, mulai dari pendaftaran online, tes, hingga pengumuman hasil. Hal ini menggambarkan bahwa epoche bekerja secara nyata: prasangka awal ditanggihkan sehingga realitas yang muncul adalah pengalaman yang sebenarnya, bukan sekadar dugaan. Dengan menunda prasangka, para calon mahasiswa dapat menerima pengalaman yang lebih autentik serta membangun pemahaman baru tentang bagaimana sistem seleksi sebenarnya berlangsung.

Intensionalitas Kesadaran

Dalam pengalamannya, informan pertama menegaskan bahwa setiap kesadaran dalam proses penerimaan mahasiswa baru selalu terarah pada sesuatu. Ia menceritakan:

"Sejak mendaftar, mengikuti tes, hingga pengumuman, semua kesadaran saya tertuju pada satu hal: diterima di kampus impian. Rasanya setiap hari saya memikirkan itu, sampai akhirnya ketika pengumuman keluar, semua usaha saya seperti menemukan titik temu. Kesadaran saya terhubung langsung dengan momen penerimaan itu. Saya tidak hanya melihat kampus sebagai gedung dan kelas, tetapi sebagai simbol perjuangan dan harapan masa depan."

Hal ini dipertegas informan kedua, yang menekankan bahwa intensionalitas kesadaran membuat pengalaman penerimaan mahasiswa baru menjadi lebih bermakna. Ia mengungkapkan:

"Kalau dipikir-pikir, sejak awal memang saya selalu punya orientasi ke sanaingin jadi mahasiswa di kampus besar. Jadi, saat diterima, semua kesadaran saya mengarah pada hal itu. Saya melihat bahwa pengalaman diterima bukan hanya hasil seleksi, tetapi sebuah tujuan hidup yang tercapai. Kesadaran saya melekat pada objek itu, dan itu yang membuat pengalaman ini begitu berharga."

Pengalaman kedua informan tersebut mencerminkan asumsi ketiga fenomenologi bahwa kesadaran manusia selalu diarahkan pada sesuatu (intentionality), di mana setiap pengalaman tidak berdiri sendiri melainkan selalu terhubung dengan objek tertentu (Husserl, 1931). Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh proses pendaftaran dijalani para informan dengan kesadaran penuh akan tujuan akhir: menjadi mahasiswa di universitas yang diimpikan. Intensionalitas ini terlihat dari bagaimana mereka menafsirkan setiap tahap proses—mulai dari pengisian formulir hingga wawancara—bukan sebagai prosedur teknis semata, melainkan sebagai jalan menuju impian akademik dan sosial mereka. Temuan menarik adalah bahwa intensionalitas ini juga memengaruhi persepsi mereka terhadap kesulitan yang dihadapi. Tantangan seperti antrian panjang, biaya administrasi, atau rasa cemas menghadapi ujian dianggap sebagai bagian dari jalan yang harus dilewati untuk

mencapai tujuan. Dengan kata lain, arah kesadaran mereka membuat pengalaman tersebut bermakna dan tidak semata-mata dipandang sebagai beban.

Makna dari Pengalaman Subjektif

Lebih lanjut, informan ketiga menuturkan bahwa makna dari pengalaman penerimaan mahasiswa baru justru dibangun dari pemaknaan subjektif yang ia rasakan secara personal. Ia menyatakan:

"Saya merasa momen diterima itu bukan sekadar pengumuman lulus. Bagi saya, itu simbol perjuangan keluarga juga. Orang tua saya menangis waktu tahu saya masuk kampus negeri. Jadi maknanya jauh lebih besar: ini bukan hanya tentang saya, tapi juga tentang kebanggaan dan harapan keluarga. Pengalaman itu membuat saya lebih menghargai proses belajar setelahnya."

Informan keempat mengungkapkan hal serupa, dengan menekankan nilai subjektif dari pengalamannya:

"Ketika saya diterima, yang pertama saya pikirkan adalah bagaimana saya bisa membuktikan diri. Buat saya, momen itu bermakna sebagai awal dari perjalanan panjang, bukan akhir. Saya memaknainya sebagai titik nol, di mana saya harus mulai membangun identitas baru sebagai mahasiswa. Makna itu saya rasakan sangat pribadi, mungkin berbeda dengan teman-teman lain, tapi bagi saya inilah yang menjadikan pengalaman itu begitu berharga."

Narasi kedua informan ini sejalan dengan asumsi keempat fenomenologi yang menekankan bahwa makna sosial lahir dari pengalaman subjektif individu (Husserl, 1970: p. 85). Proses penerimaan mahasiswa baru memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang: ada yang memaknainya sebagai pengalaman perjuangan, ada yang melihatnya sebagai langkah transformasi diri, dan ada pula yang menafsirkannya sebagai kesempatan untuk membuktikan kemampuan. Salah satu informan mengungkapkan bahwa momen kelulusan seleksi merupakan pengalaman yang membangkitkan rasa percaya diri, seolah semua usaha belajar sebelumnya akhirnya mendapat pengakuan. Informan lain menafsirkan penerimaan mahasiswa baru sebagai pintu masuk ke dunia yang lebih luas, di mana ia merasa menjadi bagian dari komunitas akademik yang lebih besar. Temuan ini menunjukkan bahwa makna dari proses penerimaan mahasiswa baru tidak bersifat tunggal, melainkan dibentuk dari pengalaman hidup masing-masing individu. Hal ini menegaskan bahwa realitas sosial tidaklah bersifat objektif semata, melainkan dibentuk melalui pengalaman hidup individu secara mendalam, dan sekaligus menegaskan relevansi fenomenologi dalam memahami realitas sosial yang sarat dengan subjektivitas.

Simpulan

Berdasarkan temuan hasil wawancara yang dianalisis dengan pendekatan fenomenologi Husserl, dapat disimpulkan bahwa proses penerimaan mahasiswa baru tidak sekadar dipahami sebagai mekanisme administratif, melainkan sebagai fenomena yang sarat makna dan berakar pada kesadaran subjektif individu.

Pertama, pengalaman langsung mahasiswa baru dalam mengikuti seleksi menunjukkan bahwa realitas bagi mereka berawal dari kesadaran akan apa yang dialami. Kesan pertama saat pendaftaran dan proses seleksi menjadi momen yang autentik dan emosional, sehingga membentuk realitas sosial yang signifikan dalam

perjalanan hidup mereka. Kedua, melalui prinsip epoche, prasangka dan asumsi awal mahasiswa tentang kerumitan prosedur maupun kemungkinan diskriminasi dapat ditanggihkan. Pengalaman nyata justru menegaskan adanya transparansi dalam proses seleksi, sehingga menumbuhkan pemahaman baru yang lebih jernih dan autentik. Ketiga, intensionalitas kesadaran memperlihatkan bahwa seluruh pengalaman penerimaan mahasiswa baru selalu diarahkan pada tujuan yang lebih besar, yaitu menjadi bagian dari perguruan tinggi yang diimpikan. Kesadaran ini membuat mahasiswa baru memaknai tantangan dalam proses seleksi bukan sebagai hambatan, tetapi sebagai bagian dari perjuangan menuju cita-cita akademik. Keempat, makna dari penerimaan mahasiswa baru dibangun secara subjektif berdasarkan pengalaman masing-masing individu. Ada yang menafsirkannya sebagai perjuangan, transformasi diri, atau kesempatan membuktikan kemampuan. Hal ini menegaskan bahwa realitas sosial dalam konteks penerimaan mahasiswa baru bersifat plural dan beragam sesuai latar belakang pengalaman mahasiswa.

Secara keseluruhan, fenomenologi membantu memahami penerimaan mahasiswa baru sebagai proses yang lebih dalam daripada sekadar prosedur administratif. Ia merupakan pengalaman hidup yang membentuk identitas, memberi pengakuan sosial, dan membuka jalan menuju transformasi akademik. Dengan demikian, keberhasilan proses penerimaan mahasiswa baru tidak hanya diukur dari jumlah mahasiswa yang diterima, melainkan juga dari bagaimana mahasiswa baru memaknai pengalaman tersebut sebagai bagian dari perjalanan hidup dan pendidikan mereka.

Daftar Pustaka

- Arifin, A. (2014). *Manajemen komunikasi: Teori dan praktik dalam organisasi*. Rajawali Pers.
- Canel, M. J., & Luoma-aho, V. (2019). *Public sector communication: Closing gaps between citizens and public organizations*. Wiley-Blackwell.
- Cangara, H. (2013). *Pengantar ilmu komunikasi*. Rajawali Pers.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice (6th ed.)*. Sage Publications.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2017). *Organizational crisis communication: A multivocal approach*. Sage Publications.
- Handoko, T. H. (2018). *Manajemen*. BPF.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Bumi Aksara.
- Husserl, E. (1931). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. Allen & Unwin.
- Husserl, E. (1965). *Phenomenology and the crisis of philosophy*. Harper Torchbooks.
- Husserl, E. (1970). *The crisis of European sciences and transcendental phenomenology*. Northwestern University Press.
- Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif*. UI Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Rivai, V., & Murni, S. (2019). *Manajemen pendidikan*. Raja Grafindo Persada.
- Ronda, P. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Deepublish.

Siagian, S. P. (2016). Filsafat administrasi. Bumi Aksara