

Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Pencapaian Akreditasi Unggul di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Olivia Yuniar Parinussa^{1*}, Teguh Priyo Sadono², dan Hamim³
Magister Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya mengoptimalkan komunikasi organisasi untuk mencapai status akreditasi tertinggi. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menganalisis interaksi komunikasi yang terjadi di berbagai tingkatan organisasi, mulai dari pimpinan hingga sivitas akademika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif, baik dari atas ke bawah maupun sebaliknya, serta komunikasi antar unit kerja telah menjadi faktor kunci dalam mendorong perbaikan mutu secara berkelanjutan. Kendati demikian, sejumlah hambatan seperti perubahan kebijakan yang dinamis, keterlambatan penyampaian informasi, dan kendala teknis dalam pengelolaan data turut menjadi tantangan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, studi ini menyoroti pentingnya komunikasi yang terbuka dan kolaboratif dalam mendukung pencapaian visi dan misi suatu universitas.

Kata kunci: akreditasi unggul, Strategi komunikasi organisasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, komunikasi bottom-up, komunikasi horizontal, komunikasi top-down.

1. Pendahuluan

Berakar dari semangat kemerdekaan, Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya telah berkontribusi pada pembangunan bangsa sejak 1958. Dengan komitmen yang kuat terhadap peningkatan kualitas pendidikan, Untag Surabaya terus berupaya menciptakan lulusan yang mampu bersaing di dalam maupun di luar. Berbagai upaya telah dilakukan, seperti pembaruan kurikulum secara berkala, pengembangan kerjasama dengan berbagai institusi, serta penanaman nilai-nilai luhur bangsa pada setiap individu civitas akademika.

Untag Surabaya telah membuktikan diri sebagai pusat kegiatan akademik yang dinamis. Banyak berbagai performa yang telah diraih, termasuk akreditasi unggul, Untag Surabaya semakin memantapkan posisinya sebagai perguruan tinggi yang berkualitas. Keberhasilan ini merupakan hasil dari upaya berkelanjutan seluruh sivitas akademika dalam meningkatkan mutu pendidikan dan relevansi dengan kebutuhan masyarakat.

Menjaga reputasi sebagai perguruan tinggi berkualitas, Untag Surabaya terus berupaya memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh BAN-PT untuk mempertahankan status Akreditasi Unggul. Beberapa indikator penting yang harus dipenuhi antara lain kualitas Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI), akreditasi seluruh program studi, efektivitas pelaksanaan penjaminan mutu, dan produktivitas publikasi ilmiah. Suwito (2019) dalam penelitiannya telah merinci tolak ukur yang harus dipenuhi oleh sebuah perguruan tinggi untuk mencapai status tersebut. Dalam konteks organisasi yang kompleks seperti Untag Surabaya, komunikasi yang efektif menjadi faktor kunci dalam menyinergikan seluruh komponen organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Seneru (2004) menegaskan bahwa komunikasi tidak hanya sebatas transfer informasi, tetapi juga berperan penting dalam membangun sinergi dan kolaborasi.

Untag Surabaya telah mengadopsi pendekatan komunikasi yang komprehensif untuk mendukung pencapaian akreditasi unggul. Komunikasi vertikal, yang didominasi oleh arus informasi dari atas ke bawah, telah menjadi mekanisme utama dalam penyampaian kebijakan institusi. Namun demikian, universitas juga memberikan ruang bagi partisipasi aktif seluruh sivitas akademika melalui mekanisme komunikasi horizontal dan bottom-up. Hal ini tercermin

dalam upaya melibatkan seluruh komponen organisasi dalam proses pengambilan keputusan, seperti dalam penyusunan laporan Tri Dharma. Kolaborasi yang erat antar unit kerja telah menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai sinergi dan keselarasan dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Meskipun telah berhasil meraih Akreditasi Unggul, Untag Surabaya masih terus berupaya meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah memastikan bahwa kebijakan penjaminan mutu yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan secara efektif di seluruh level organisasi. Selain itu, peningkatan produktivitas publikasi ilmiah juga menjadi fokus utama. Untuk mengatasi tantangan tersebut, Untag Surabaya perlu melakukan evaluasi terhadap sistem komunikasi yang ada. Adapun upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengajak seluruh sivitas akademika dalam forum diskusi untuk menyelaraskan pemahaman mengenai tujuan dan strategi yang ingin dicapai.

Termotivasi oleh permasalahan yang dihadapi dalam mencapai Akreditasi Unggul, penelitian ini berfokus pada analisis mendalam mengenai "Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meraih Akreditasi Unggul di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya". Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran komunikasi dalam mendukung pencapaian tujuan institusi.

2. Tinjauan Pustaka

Komunikasi Organisasi

Dalam konteks organisasi, komunikasi berperan sebagai perekat yang menyatukan individu dan kelompok. Proses pertukaran informasi yang efektif memungkinkan terjalinnya hubungan kerja yang harmonis dan produktif. Komunikasi organisasi merupakan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan dalam sistem sosial yang telah di ungkap oleh Joseph A. Devito. Senada dengan itu, Redding dan Sanborn (Muhammad, 2007) serta Katz dan Kahn (Muhammad, 2007) menekankan pentingnya komunikasi dalam memfasilitasi aliran informasi dan pemahaman bersama dalam organisasi. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu struktur yang dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Goldhaber (1986), komunikasi organisasi merupakan proses membuat dan berbagi pesan dalam sebuah jejaring yang saling terhubung untuk menghadapi perubahan dan ketidakpastiaan di lingkungan. Definisi ini mencakup beberapa poin utama:

- a) Proses. Komunikasi dalam organisasi berjalan terus-menerus tanpa henti karena organisasi adalah sistem yang terbuka dan selalu berubah.
- b) Pesan. Pesan dihasilkan dari interaksi antar individu dan terdiri dari dua jenis, yaitu verbal (surat, memo, atau percakapan) dan non-verbal (Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan isyarat lainnya).
- c) Jaringan. Pesan dalam organisasi mengalir melalui jalur komunikasi yang disebut jaringan, yang melibatkan individu atau kelompok. Efektivitasnya bergantung pada arah, isi pesan, dan hubungan antar individu.
- d) Saling Ketergantungan. Organisasi sebagai sistem terbuka memiliki sifat saling bergantung. Jika satu bagian terganggu, dampaknya bisa dirasakan oleh bagian lain atau bahkan seluruh organisasi.
- e) Hubungan. Fungsi setiap bagian organisasi bergantung pada individu yang terlibat. Oleh karena itu, pola komunikasi dan interaksi antarindividu menjadi penting untuk mendukung kelancaran organisasi.
- f) Lingkungan. Lingkungan mencakup semua faktor fisik dan sosial yang memengaruhi keputusan dalam organisasi. Lingkungan internal melibatkan karyawan, unit kerja, tujuan, dan produk. Lingkungan eksternal meliputi faktor ekonomi, teknologi, dan sosial yang

dinamis. Sebagai sistem terbuka, organisasi harus dapat beradaptasi dengan lingkungan eksternal untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesannya.

- g) Ketidakpastian. Ketidakpastian muncul ketika informasi yang tersedia tidak sesuai atau melebihi informasi yang diperlukan. Dalam organisasi, ini terjadi ketika informasi yang diterima tidak relevan atau berlebihan dibandingkan dengan yang dibutuhkan.

Dalam organisasi, komunikasi dibedakan berdasarkan arahnya menjadi dua jenis utama: vertical dan horizontal. Berikut penjelasannya:

A. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal terdiri dari dua arah: dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas.

a) Komunikasi dari Atas ke Bawah (Top-Down)

Jenis ini terjadi ketika pimpinan atau manajer menyampaikan pesan kepada bawahan. Pesan ini biasanya berupa instruksi, kebijakan, aturan, atau pedoman kerja. Penyampaian bisa dilakukan secara lisan atau tertulis, seperti melalui surat, memo, atau pidato. Namun, komunikasi ini tidak selalu efektif jika pesan yang disampaikan tidak jelas atau sulit dimengerti.

b) Komunikasi dari Bawah ke atas (Bottom-Up)

Hubungan ini terjadi ketika bawahan menyampaikan pesan kepada atasan. Pesan tersebut bisa berupa informasi, ide, saran, keluhan, dan masukan. Jenis komunikasi ini penting karena memungkinkan bawahan untuk memberikan pandangan mereka dan mempengaruhi keputusan pimpinan. Menurut Soekardi, komunikasi ini memberikan kesempatan bagi bawahan untuk berkontribusi dalam pengambilan keputusan.

B. Komunikasi Horizontal

Menurut Muh. Arni, komunikasi horizontal adalah proses pertukaran pesan antara pribadi atau kelompok yang memiliki tingkat setara pada organisasi. Komunikasi ini biasanya terjadi di antara rekan satu tim, staf sejajar, atau anggota dalam divisi yang sama. Komunikasi horizontal juga dikenal sebagai komunikasi lateral. Meskipun komunikasi vertikal berjalan baik, komunikasi horizontal tetap penting karena menawarkan efisiensi yang lebih tinggi dan mempermudah koordinasi antar anggota organisasi. Dalam praktiknya, komunikasi horizontal sering berlangsung secara informal, meskipun terkadang dilakukan secara formal. Komunikasi ini memungkinkan pemangkasan jalur komunikasi vertikal, sehingga keputusan atau tindakan dapat diambil lebih cepat. Dengan demikian, komunikasi horizontal berperan dalam memperlancar koordinasi, meningkatkan kerja sama tim, serta menyelesaikan tugas dengan lebih efisien.

Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi pada dasarnya adalah cara merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini tidak hanya menjadi panduan, tetapi juga harus mencakup langkah-langkah operasional yang jelas untuk pelaksanaannya. Effendi (2003) menjelaskan bahwa strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan dalam perencanaan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan. Membuat strategi komunikasi bukan hanya ilmu, tetapi juga keterampilan yang memerlukan pendekatan tertentu sesuai kebutuhan organisasi. Seperti strategi di bidang lain, strategi komunikasi harus didasarkan pada teori yang sudah terbukti melalui pengalaman. Dengan strategi yang baik, pimpinan dapat mengetahui siapa saja yang termotivasi atau kurang termotivasi dalam bekerja.

Komunikasi organisasi adalah alat strategis yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Tatham (2008), strategi komunikasi melibatkan serangkaian langkah yang

terencana untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku anggota organisasi. R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet mengidentifikasi tiga arah utama dari komunikasi organisasi, yaitu: memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, membangun sikap positif terhadap pesan, dan mendorong tindakan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Dengan kata lain, komunikasi organisasi bertujuan untuk menciptakan keselarasan antara individu dan tujuan organisasi. Dijelaskan dibawah ini:

- 1) Memastikan pemahaman, strategi ini bertujuan agar informasi yang disampaikan bisa dipahami dengan jelas oleh penerima pesan.
- 2) Membangun Penerimaan, pesan tidak hanya harus dipahami, tetapi juga diterima dengan baik dan dianggap positif oleh penerima.
- 3) Memotivasi tindakan, komunikasi bertujuan untuk memberikan dorongan kepada penerima pesan agar melakukan perubahan perilaku.

Keberhasilan suatu strategi komunikasi sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas pesan. Tujuan utama komunikasi organisasi adalah untuk mencapai pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku. Menurut Anwar Arifin, proses perencanaan komunikasi melibatkan beberapa langkah penting, antara lain:

- 1) Memahami audiens. Langkah pertama ini penting agar komunikator bisa menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai sehingga komunikasi menjadi lebih efektif.
- 2) Menyusun pesan. Pesan harus mampu menarik perhatian audiens agar mereka fokus pada informasi yang diberikan. Jika audiens tertarik, pesan tersebut lebih mudah mencapai tujuannya dan memengaruhi mereka.
- 3) Menetapkan metode. Setelah mengetahui audiens dan menyusun pesan, langkah berikutnya dengan memutuskan cara yang baik untuk menyampaikan pesan. Metode baik akan mendukung keberhasilan komunikasi.

Suksesnya sebuah strategi komunikasi organisasi tidak terlepas dari perencanaan yang matang dan pemahaman yang mendalam terhadap konteks organisasi. Dalam proses komunikasi, berbagai faktor perlu dipertimbangkan, seperti siapa pengirim pesan, apa isi pesan, bagaimana pesan disampaikan, dan siapa penerima pesan. Suryadi (2018) menekankan pentingnya keselarasan antara pesan yang disampaikan dengan kebutuhan dan karakteristik penerima. Dengan demikian, komunikasi yang efektif dapat menciptakan pemahaman bersama dan mendorong tindakan yang sesuai dengan tujuan organisasi.

Komunikasi yang efektif merupakan pondasi bagi keberhasilan suatu organisasi. Strategi komunikasi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kinerja karyawan dan mendorong berhasilnya tujuan organisasi. Sebaliknya, komunikasi tidak efektif dapat menghambat kolaborasi dan inovasi. Oleh karena itu, perencanaan yang cermat dalam merumuskan strategi komunikasi menjadi sangat penting untuk melihat bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima secara baik oleh seluruh anggota organisasi.

Kepemimpinan

Konsep kepemimpinan telah didefinisikan oleh berbagai ahli dengan penekanan yang berbeda. George R. Terry melihat kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi orang lain. Howard H. Hoyt menambahkan dimensi seni dalam kepemimpinan, sementara Saiman menekankan aspek pengaruh dan motivasi. Rivai, di sisi lain, melihat kepemimpinan sebagai proses yang melibatkan penetapan tujuan dan memotivasi anggota organisasi. Dari berbagai definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepemimpinan adalah suatu proses

yang kompleks yang melibatkan keahlian untuk mempengaruhi, memotivasi, dan mengarahkan orang lain dalam mencapai tujuan bersama.

Konsep kepemimpinan telah menjadi fokus kajian banyak ahli. Dari berbagai definisi, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan adalah proses mempengaruhi perilaku individu atau kelompok untuk mencapai tujuan organisasi. Siagian (2002), misalnya, mengidentifikasi lima gaya kepemimpinan yang berbeda, yaitu:

1) Kepemimpinan Otoriter.

Gaya kepemimpinan di mana pemimpin mengambil semua keputusan dan kebijakan sendiri. Pembagian tugas dan tanggung jawab sepenuhnya ada di tangan pemimpin, dan bawahan hanya melaksanakan tugas yang diberikan. Kelebihannya adalah hasil yang cepat dan terstruktur, namun kelemahannya adalah pemimpin sering dianggap keras dan tidak memperhatikan proses atau cara kerja.

2) Kepemimpinan Demokratis.

Dalam gaya ini, pemimpin memberi kebebasan kepada bawahan untuk mengambil bagian dalam pengambilan keputusan. Pemimpin juga aktif memberikan informasi tentang tugas dan tanggung jawab kepada bawahan.

3) Kepemimpinan Militeristik.

Pemimpin dengan gaya ini menggunakan sistem perintah yang tegas, berdasarkan pangkat dan jabatan, serta menuntut disiplin tinggi dari bawahan. Mereka cenderung sangat formal dalam bertindak.

4) Kepemimpinan Paternalistik.

Gaya ini menganggap bawahan seperti anak yang perlu dibimbing, dan pemimpin jarang memberi kesempatan pada bawahan untuk mengambil keputusan atau mengembangkan kreativitas. Pemimpin dengan gaya ini juga sangat ingin tahu tentang bawahannya.

5) Kepemimpinan Kharismatik.

Pemimpin kharismatik memiliki daya tarik dan energi besar, yang memudahkan mereka meyakinkan orang lain. Walaupun pemimpin ini memiliki banyak pengikut, kelemahannya adalah mereka cenderung menutupi kekurangan dengan karisma yang dimilikinya.

Akreditasi Perguruan Tinggi

Akreditasi perguruan tinggi adalah sebuah sertifikasi yang diberikan kepada institusi pendidikan yang telah memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Peraturan Menteri Ristekdikti Nomor 32 Tahun 2016, akreditasi merupakan proses penilaian yang bertujuan untuk memastikan kelayakan dan kualitas suatu program studi atau perguruan tinggi. Basuki Wibawa menambahkan bahwa akreditasi juga berfungsi sebagai bentuk pengakuan terhadap kemampuan suatu institusi dalam menjalankan fungsinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akreditasi merupakan mekanisme untuk menjaga kualitas pendidikan tinggi di Indonesia.

Akreditasi perguruan tinggi merupakan prosedur sertifikasi yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu institusi pendidikan telah memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Proses akreditasi yang dilakukan oleh BAN-PT meliputi penilaian terhadap dokumen yang diajukan oleh perguruan tinggi, serta visitasi lapangan untuk memverifikasi data yang telah dilaporkan. Hasil penilaian ini akan menjadi dasar untuk menentukan peringkat akreditasi dan memberikan rekomendasi perbaikan. Dengan demikian, akreditasi berperan penting dalam menjaga kualitas pendidikan tinggi di Indonesia.

Akreditasi perguruan tinggi merupakan sebuah sertifikasi yang diberikan kepada institusi pendidikan yang telah memenuhi standar kualitas tertentu. Proses akreditasi yang dilakukan oleh BAN-PT bertujuan untuk memastikan bahwa kualitas pendidikan yang diberikan oleh perguruan tinggi telah memenuhi tolak ukur yang ditetapkan. Peringkat akreditasi yang diperoleh, mulai dari A hingga C, menunjukkan tingkat pencapaian suatu perguruan tinggi dalam memenuhi standar tersebut. Dengan demikian, akreditasi menjadi tolak ukur penting bagi calon mahasiswa dan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi.

Tabel 2.1 Tingkatan Akreditasi Perguruan Tinggi

Peringkat	Instrumen Peringkat dan Skor Hasil Akreditasi				Masa Berlaku
	Diploma	Sarjana	Magister	Doktor	
	Borang	Borang	Portofolio	Portofolio	
Unggul	361-400	361-400	4.6-5.0	4.6-5.0	5 Tahun
Baik Sekali	301-360	301-360	4.1-4.5	4.1-4.5	5 Tahun
Baik	200-300	200-300	3.9-4.0	3.9-4.0	3 Tahun
Tidak Terakreditasi	<200	<200	<3.0	<3.0	0

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

Standar akreditasi adalah pedoman untuk menilai kualitas dan kelayakan sebuah perguruan tinggi. Setiap standar memiliki tujuan yang berbeda. Pertama, standar tentang visi, misi, tujuan, dan strategi mengevaluasi bagaimana perguruan tinggi merancang dan mencapai target jangka panjang dengan dukungan dari seluruh pihak terkait. Kedua, standar tata kelola, kepemimpinan, sistem pengelolaan, dan penjaminan mutu memastikan perguruan tinggi dikelola dengan baik, dengan pemimpin yang mampu mengarahkan dan mendorong pencapaian visi dan misi. Ketiga, standar mahasiswa dan lulusan fokus pada memastikan kualitas mahasiswa, mulai dari proses penerimaan hingga pengelolaan lulusan agar menjadi berkualitas.

Selain itu, standar sumber daya manusia, kurikulum, pembelajaran, dan suasana akademik mengevaluasi mutu dosen, staf pendidik, kurikulum, dan lingkungan belajar yang mendukung kegiatan belajar mengajar. Standar pembiayaan, fasilitas, dan sistem informasi melihat bagaimana perguruan tinggi mengelola anggaran, menyediakan sarana dan prasarana, serta memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas akademik. Terakhir, standar penelitian, pengabdian masyarakat, dan kerjasama mengukur kemampuan perguruan tinggi dalam menjalankan penelitian, kegiatan sosial, serta bekerja sama dengan pihak lain. Semua standar ini dirancang untuk memastikan perguruan tinggi menjalankan fungsinya dengan baik dan terus meningkatkan kualitas pendidikannya. memastikan perguruan tinggi mampu menjalankan tugasnya dengan baik dan meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan secara detail bagaimana strategi komunikasi organisasi diterapkan dalam meraih akreditasi unggul di Untag Surabaya. Fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi organisasi di Untag Surabaya sebagai studi kasus, dengan tujuan mengidentifikasi praktik komunikasi yang efektif

dalam mencapai akreditasi unggul di tingkat institusi. Lokasi penelitian dilakukan di kampus Untag Surabaya, yang beralamat di Jl. Semolowaru No. 45, Surabaya.

Penelitian ini mengutamakan data kualitatif yang diperoleh langsung dari lapangan. Data utama dikumpulkan melalui wawancara dengan informan penting, pengamatan langsung terhadap kegiatan terkait, dan analisis dokumen yang relevan. Selain itu, data tambahan digunakan untuk memperkaya analisis. Keabsahan data dijamin dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan berbagai metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan melalui tiga langkah utama berdasarkan konsep Miles dan Huberman (1984). Langkah pertama adalah menyederhanakan dan menyaring data mentah (reduksi data) agar lebih fokus dan mudah dipahami. Langkah kedua adalah menyusun data yang sudah diringkas dalam bentuk yang jelas, seperti catatan lapangan, grafik, atau tabel (penyajian data), untuk mempermudah pengambilan kesimpulan. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah diolah dan memverifikasinya agar lebih akurat dan dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran yang mendalam dan menyeluruh tentang fokus penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Prestasi membanggakan yang diraih oleh Untag Surabaya dalam meraih Akreditasi Unggul tidak terlepas dari peran penting komunikasi organisasi. Semangat kebersamaan yang diwujudkan melalui semboyan "Satu tim, satu komitmen, satu tujuan" telah menjadi pemicu semangat seluruh sivitas akademika. Hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan di universitas ini bersifat multi-arah, meskipun komunikasi top-down memiliki peran yang lebih dominan. Melalui komunikasi yang efektif, universitas berhasil memotivasi seluruh anggota organisasi untuk fokus pada pencapaian tujuan bersama.

Prestasi membanggakan yang diraih oleh Untag Surabaya dalam meraih Akreditasi Unggul tidak terlepas dari peran penting komunikasi organisasi. Semangat kebersamaan yang diwujudkan melalui semboyan "Satu tim, satu komitmen, satu tujuan" telah menjadi pemicu semangat seluruh sivitas akademika. Hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan di universitas ini bersifat multi-arah, meskipun komunikasi top-down memiliki peran yang lebih dominan. Melalui komunikasi yang efektif, universitas berhasil memotivasi seluruh anggota organisasi untuk fokus pada pencapaian tujuan bersama.

Konsep kepemimpinan otoriter yang diusulkan oleh Siagian (2002) dapat digunakan untuk menjelaskan pola kepemimpinan yang diterapkan di Untag Surabaya. Model ini kekuasaan pengambilan keputusan terpusat pada pimpinan tertinggi. Pendekatan ini dinilai efektif dalam mencapai tujuan organisasi yang bersifat spesifik dan terukur, seperti pencapaian Akreditasi Unggul. Dominasi komunikasi top-down di Untag Surabaya telah memungkinkan universitas untuk bergerak secara cepat dan terarah dalam melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan.

Model kepemimpinan sentralistik yang diterapkan di Untag Surabaya telah terbukti efektif dalam mencapai Akreditasi Unggul. Sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Siagian (2002), kepemimpinan yang kuat dan terpusat memungkinkan universitas untuk bergerak secara cepat dan terarah dalam menghadapi tantangan eksternal. Dalam wawancara, Rektor Untag Surabaya menegaskan pentingnya kepemimpinan yang visioner dalam menginspirasi seluruh sivitas akademika untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama. Melalui komunikasi top-down yang efektif, universitas berhasil menciptakan sinergi yang kuat antara pimpinan dan seluruh anggota organisasi.

Dekan FISIP, Bu Ayun, menggarisbawahi bahwa pencapaian akreditasi unggul suatu program studi merupakan hasil sinergi antara berbagai faktor internal dan eksternal. Beliau menjelaskan bahwa kualitas pengajar, relevansi kurikulum, ketersediaan fasilitas yang

memadai, serta produktivitas penelitian dan pengabdian masyarakat merupakan pilar utama dalam mewujudkan program studi yang unggul. Selain itu, kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti industri, pemerintah, dan institusi pendidikan lainnya, juga menjadi kunci keberhasilan. Pengembangan kompetensi mahasiswa, keterlibatan alumni, dan manajemen program studi yang efektif turut melengkapi upaya untuk meningkatkan kualitas program studi.

Meskipun komunikasi dari atas ke bawah menjadi dominan, Untag Surabaya juga memberikan ruang bagi komunikasi dua arah. Melalui mekanisme komunikasi bottom-up, dosen, staf, dan mahasiswa dapat memberikan masukan yang berharga. Misalnya, keterlibatan dosen dalam penyusunan kurikulum berbasis OBE menunjukkan komitmen universitas untuk melibatkan seluruh sivitas akademika dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, komunikasi horizontal yang intensif antara berbagai unit kerja telah menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai sinergi dan kolaborasi dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Untag Surabaya dalam perjalanannya meraih akreditasi unggul menghadapi berbagai hambatan dalam komunikasi organisasi. Perubahan kebijakan yang cepat, keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, dan pengelolaan data yang belum efisien menjadi tantangan utama. Untuk mengatasi hal tersebut, universitas telah melakukan sejumlah inisiatif, seperti peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan, serta pengembangan sistem informasi manajemen yang terintegrasi. Upaya-upaya ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan memastikan bahwa seluruh sivitas akademika memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan strategi yang ingin dicapai.

Keberhasilan Untag Surabaya dalam meraih akreditasi unggul tidak terlepas dari penerapan strategi komunikasi yang efektif dan inklusif. Pola komunikasi top-down yang dominan telah memberikan struktur dan arah yang jelas, namun perlu dilengkapi dengan mekanisme komunikasi bottom-up dan horizontal. Dengan melibatkan seluruh sivitas akademika dalam proses pengambilan keputusan, universitas berhasil menciptakan lingkungan akademik yang lebih dinamis dan responsif. Kepemimpinan yang kuat dan partisipasi aktif seluruh anggota organisasi telah menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan akreditasi.

5. Kesimpulan

Keberhasilan Untag Surabaya dalam meraih predikat akreditasi unggul tidak terlepas dari peran penting strategi komunikasi organisasi yang terstruktur. Dominasi pola komunikasi top-down, sebagaimana dijelaskan oleh Siagian (2002), memungkinkan arahan dan kebijakan institusi disampaikan secara efektif dari tingkat pimpinan tertinggi hingga ke seluruh unit kerja. Model kepemimpinan yang sentralistik ini telah terbukti efektif dalam memastikan konsistensi dalam pelaksanaan program kerja dan pencapaian tujuan organisasi.

Untag Surabaya tidak hanya mengandalkan komunikasi top-down, namun juga memfasilitasi mekanisme komunikasi bottom-up dan horizontal. Hal ini memungkinkan seluruh sivitas akademika untuk turut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan memberikan masukan yang berharga. Sinergi antara ketiga pola komunikasi tersebut, didukung oleh prinsip "One Team, One Commitment, One Goal", telah menjadi kunci keberhasilan universitas dalam meraih akreditasi unggul. Selain itu, upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi, dan adaptasi terhadap perubahan regulasi juga berkontribusi signifikan terhadap pencapaian tersebut.

Meskipun telah berhasil meraih akreditasi unggul, Untag Surabaya masih terus berupaya meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kompleksitas dalam mengelola komunikasi organisasi yang efektif. Dinamika lingkungan eksternal yang terus berubah, serta keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam hal kompetensi teknis, dan pengelolaan data yang belum optimal juga menjadi kendala. Namun, melalui upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan mengembangkan sistem informasi yang lebih baik, universitas telah berhasil mengatasi

tantangan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam mencapai akreditasi unggul tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal.

Daftar Referensi (kurang)

ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25.

Azka Rizqon Irawan. (2024). Analisis Peran Komunikasi Dalam Pengaruhnya Terhadap: Kinerja, Produktivitas, Dan Penjualan. SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi, 2(1), 328–340. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i1.896>

BAN-PT. (2011). No Title. Standar Dan Prosedur Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi, 3–16. Basuki Wibawa. (2017). No Title. In Manajemen Pendidikan Teknologi Kejuruan dan Vokasi (p.234). PT Bumi Aksara Jakarta.

Berliana, N. (2021). Landasan Teori ادیدج. Dasar-Dasar Ilmu Politik, 18.

Creswell, J. W. (2014). No Title. In Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Pustaka Belajar Yogyakarta.

Evi Khoirun Nisa. (2018). No Title. Analisis Pengaruh Akreditasi Program Studi Terhadap Intensitas Belajar Dan Harapan Masa Depan, 10 No.2, 206.

Ira Fatmawati. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. Revorma: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran, 2(1), 39–55. <https://doi.org/10.62825/revorma.v2i1.18>

Lexy J Moleong. (2016). No Title. In Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi. PT. Remaja Rosdakarya, Bandaung.

Marzuki Mahmud. (2012). No Title. In Manajemen Mutu Perguruan Tinggi (p.17). Jakarta: Rajawali Pers. Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.

Suwito. (2019). Persyaratan Peringkat Unggul pada Akreditasi Institusi. November, 1–4.

Utami, L. S. S., & Xiang, C. F. (2022). Aktivitas Komunikasi Organisasi Sebagai Upaya Keberhasilan Implementasi Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. Koneksi, 6(2), 226–235. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15551>