

ABSTRAK

Perbedaan karakteristik perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi swasta (PTS) membentuk pendekatan yang berbeda dalam mengelola komunikasi keberlanjutan. Perbedaan tersebut juga dipengaruhi oleh orientasi perguruan tinggi dalam menyampaikan pesan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi *public relations* dalam komunikasi keberlanjutan di kedua universitas. Meliputi alasan pemilihan strategi, proses implementasi, serta hambatan dan penanganannya. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode studi kasus komparatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen, lalu dianalisis menggunakan The Nine Steps of Strategic PR (Smith, 2020) dan unsur komunikasi keberlanjutan (Ardiyanto, 2023). Hasil penelitian menunjukkan strategi dipengaruhi oleh visi institusi, pemetaan audiens, dan orientasi pemangku kepentingan. Penelitian ini menghasilkan kerangka umum strategi PR komunikasi keberlanjutan perguruan tinggi yang meliputi: (1) penentuan tujuan pesan yang relevan dengan kerangka institusi; (2) perencanaan pesan melalui penilaian lingkungan, pemetaan audiens internal-eksternal, dan kebutuhan organisasi; (3) penyebaran pesan melalui pemilihan media dan pemanfaatan aktor komunikasi; serta (4) evaluasi yang menilai respon audiens, efektivitas pesan, dan rekognisi institusi. Kerangka ini diharapkan menjadi acuan praktis dan adaptif bagi perguruan tinggi di Indonesia.

Kata kunci: komunikasi keberlanjutan; keberlanjutan; pendidikan tinggi; public relations; strategi komunikasi.