Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November

OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

Analisis Efektivitas Sosialisasi Visi dan Misi di Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti

Yosephina Endang Purba [1*], Farah Margaretha [2] B. Medina Nilasari [3] Kristian Chandra [4] Dita Ayu Nurani [5]

[1*,2,3,4,5] Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Email: yosephina@trisakti.ac.id [1*]

Histori Artikel:
Dikirim 08 September 2026; *Diterima dalam bentuk revisi* 04 Oktober 2026; *Diterima* 25 Oktober 2026; *Diterbitkan* 25 November 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran (VMTS) merupakan elemen strategis fundamental dalam tata kelola perguruan tinggi yang mengarahkan pelaksanaan Tridharma serta penjaminan mutu akademik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efektivitas sosialisasi VMTS dan mengevaluasi saluran komunikasi yang paling efektif menurut pemangku kepentingan di Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti. Penelitian deskriptif kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan kuesioner berskala Likert 5 poin. Responden penelitian terdiri dari 78 pemangku kepentingan yang mencakup mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, dan alumni/pengguna lulusan. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden pernah mendengar, mengetahui, dan memahami tentang Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Program Studi Magister Manajemen Universitas Trisakti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman civitas akademika terhadap VMTS berada pada kategori sangat tinggi, di mana 88,5% responden memahami visi, 89,7% memahami misi, dan 87,2% memahami tujuan dan sasaran program studi. Sebanyak 84,6% responden menilai VMTS telah diimplementasikan dalam kegiatan operasional akademik. Pada indikator saluran komunikasi, sosialisasi langsung (tatap muka/Zoom) dinilai paling efektif (72,4%), disusul oleh media sosial (60,7%) dan website resmi (40,5%). Implikasi dari penelitian ini menuntut pengelola program studi untuk menerapkan strategi komunikasi hibrida (omnichannel communication) yang mengombinasikan kekuatan interaktif media langsung dengan jangkauan luas media digital untuk menjaga keberlanjutan pemahaman VMTS.

Kata Kunci: Visi; Misi; Sosialisasi VMTS; Strategi.

Abstract

Vision, Mission, Goals, and Objectives (VMTS) are fundamental strategic elements in the governance of higher education institutions that guide the implementation of the Tridharma and ensure academic quality. This study aims to analyze the effectiveness of VMTS socialization and evaluate the most effective communication channels according to stakeholders in the Master of Management Study Program at FEB Universitas Trisakti. This descriptive quantitative research uses a survey method with a 5-point Likert scale questionnaire. The research respondents consist of 78 stakeholders, including students, lecturers, educational staff, and alumni/graduates' users. The results of this study indicate that the majority of respondents have heard, known, and understood the Vision, Mission, Goals, and Objectives of the Master of Management Study Program at Universitas Trisakti. The findings show that the level of understanding among the academic community regarding VMTS is categorized as very high, with 88.5% of respondents understanding the vision, 89.7% understanding the mission, and 87.2% understanding the goals and objectives of the study program. As many as 84.6% of respondents assess that VMTS has been implemented in academic operational activities. In terms of communication channels, direct socialization (face-to-face/Zoom) is rated as the most effective (72.4%), followed by social media (60.7%) and the official website (40.5%). The implications of this study demand that program managers implement a hybrid communication strategy (omnichannel communication) that combines the interactive strengths of direct media with the broad reach of digital media to maintain the sustainability of VMTS understanding.

Keyword: Vision; Mission; VMTS Socialization; Strategy.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

1. Pendahuluan

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu mengadopsi visi, misi, dan strategi yang tepat, yang didukung oleh strategi sumber daya manusia dan budaya perusahaan yang sesuai. Dalam menghadapi perubahan, diperlukan kehati-hatian agar dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan dan sekaligus menjaga kelangsungan organisasi agar mampu bertahan hidup. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran (VMTS) merupakan dokumen landasan utama dalam perencanaan strategis institusi yang mengarahkan pengalokasian sumber daya, perumusan kurikulum, hingga pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi (Galpin, 2023; Hitt *et al.,* 2024). Dalam kriteria akreditasi nasional (LAMEMBA dan BAN-PT), sosialisasi VMTS yang efektif menjadi indikator krusial pada Standar Tata Kelola dan Penjaminan Mutu. Keberhasilan sosialisasi diukur dari sejauh mana seluruh civitas akademika dan pemangku kepentingan eksternal mengenali, memahami, dan menyelaraskan aktivitas operasionalnya dengan cita-cita institusi (Maulidi *et al.,* 2018; Purba *et al.,* 2023).

Kebutuhan masyarakat terhadap program ilmu Magister Manajemen sangat tinggi. Dengan dasar ini, Universitas Trisakti sebagai salah satu universitas swasta terbesar di Indonesia menawarkan pendidikan program studi Magister Manajemen sesuai dengan tuntutan dan persaingan global serta regional, dengan kompetensi staf pengajar magister lulusan dalam dan luar negeri. Keberadaan visi bagi program studi mutlak perlu, karena dengan adanya visi, program studi dapat merencanakan apa yang harus dilakukan dan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuannya di masa depan. Program studi yang sukses di tingkat dunia memiliki visi yang jelas mengenai apa yang ingin dicapainya di masa depan, serta selalu berusaha dengan sekuat tenaga agar visi yang telah dibuat tidak sekadar menjadi slogan belaka, tetapi menjadi satu panduan yang mengarahkan langkah program studi untuk mencapai apa yang telah dirumuskan dalam visinya.

Meningkatkan kualitas hidup bangsa mengandung makna bahwa tujuan akhir dari penyelenggaraan pendidikan tinggi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis adalah mengembalikan hasil proses kegiatan pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi kepada masyarakat, yakni terciptanya kualitas hidup bangsa Indonesia yang semakin meningkat dan setara dengan bangsa-bangsa lain di dunia. Visi Program Studi Magister Manajemen adalah: "Menjadi program studi yang andal, mengikuti perkembangan internasional dengan tetap memperhatikan nilai-nilai lokal dalam mengimplementasikan ilmu manajemen untuk meningkatkan kualitas hidup dan peradaban." Visi dan misi merupakan elemen penting dalam perencanaan strategis sebuah organisasi yang berperan sebagai mekanisme inti dalam menyediakan arahan dan tujuan kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Visi adalah gambaran masa depan organisasi yang ingin dicapai secara realistis dan menarik, sedangkan misi adalah pernyataan yang menjelaskan tugas pokok atau langkah-langkah konkret yang akan diambil untuk merealisasikan visi tersebut. Pernyataan visi dan misi membantu organisasi dalam menyelaraskan tujuan individu dengan strategi perusahaan dan menjadi alat komunikasi strategis yang sangat penting dalam pengelolaan organisasi.

Visi dan misi adalah komponen fundamental dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi yang menentukan arah strategis institusi dan menjadi landasan dari berbagai kebijakan serta aktivitas akademik (Sethi *et al.,* 2023). Sosialisasi visi dan misi yang efektif di program studi di universitas merupakan aspek penting agar seluruh civitas akademika memahami, menginternalisasi, dan mengimplementasikan nilai-nilai serta tujuan institusi. Penelitian ini penting karena sosialisasi yang kurang optimal dapat menyebabkan rendahnya pemahaman mahasiswa dan staf, sehingga menghambat pencapaian tujuan institusi dan penurunan kualitas layanan akademik (Slamet *et al.,* 2024). Dengan demikian, mengkaji efektivitas sosialisasi visi dan misi membantu mengidentifikasi hambatan dan strategi komunikasi yang dapat diperbaiki demi meningkatkan keselarasan dan kinerja institusi.

Hitt *et al.* (2024) menyatakan bahwa visi adalah pernyataan yang merupakan sarana untuk: mengkomunikasikan alasan keberadaan organisasi dalam arti tujuan dan tugas pokok; memperlihatkan kerangka hubungan antara organisasi dengan pemangku kepentingan (sumber daya manusia organisasi, konsumen/warga, pihak lain yang terkait); dan menyatakan sasaran utama kinerja organisasi dalam arti pertumbuhan dan perkembangan. Pernyataan visi, baik yang tertulis

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

maupun diucapkan, perlu ditafsirkan dengan baik dan tidak mengandung makna ganda sehingga dapat menjadi acuan yang mempersatukan semua pihak dalam sebuah organisasi. Bagi program studi, visi adalah imajinasi moral yang menggambarkan profil yang diinginkan di masa depan. Imajinasi ke depan seperti itu akan selalu diwarnai oleh peluang dan tantangan yang diyakini akan terjadi di masa depan.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan visi. Dalam operasionalnya, orang berpedoman pada pernyataan misi yang merupakan interpretasi visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat pula memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi. Pernyataan misi memberikan keterangan yang jelas tentang apa yang ingin dituju serta kadang-kadang memberikan pula keterangan tentang bagaimana cara lembaga bekerja. Mengingat betapa pentingnya pernyataan misi, maka selama pembentukannya perlu diperhatikan masukan-masukan dari anggota lembaga serta sumber-sumber lain yang dianggap penting. Untuk secara langsung, pernyataan misi belum dapat dipergunakan sebagai petunjuk bekerja. Interpretasi yang lebih mendetail diperlukan agar pernyataan misi dapat diterjemahkan ke langkah-langkah kerja atau tahapan pencapaian tujuan sebagaimana tertulis dalam pernyataan misi.

Meskipun perumusan VMTS pada tingkat perguruan tinggi dan fakultas umumnya telah disusun secara komprehensif, tantangan utama sering kali terletak pada tahap sosialisasi dan pemahaman di tingkat program studi. Ketidakoptimalan sosialisasi dapat menyebabkan pemahaman yang dangkal di kalangan mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan, sehingga VMTS hanya berujung sebagai slogan formalitas tanpa dampak nyata pada kualitas layanan akademik (Sethi *et al.,* 2023; Slamet *et al.,* 2024). Beberapa penelitian terdahulu telah menelaah sosialisasi visi dan misi di perguruan tinggi (Maulidi *et al.,* 2018; Purba *et al.,* 2023; Slamet *et al.,* 2024). Namun demikian, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara khusus menganalisis komparasi efektivitas antara media komunikasi tradisional/langsung dengan media digital interaktif pada jenjang pascasarjana. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis tingkat pemahaman civitas akademika terhadap VMTS Prodi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti; dan (2) Mengidentifikasi media sosialisasi yang dinilai paling efektif sebagai dasar perumusan strategi komunikasi organisasi perguruan tinggi.

2. Metode Penelitian

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dapat memberikan gambaran mengenai persepsi Sivitas Akademika, Pengguna Lulusan, dan Mitra pada Program Magister Manajemen. Unit analisis penelitian adalah Sivitas Akademika, Pengguna Lulusan, dan Mitra. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara mengedarkan kuisioner kepada responden. Penelitian akan diadakan mulai bulan November 2025 sampai dengan Mei 2026, di kampus A Universitas Trisakti dan sebagian kuisioner dikirimkan melalui email dan link google form secara online.

2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara mengedarkan kuisioner kepada responden. Sampel penelitian ini adalah para sivitas akademika Program Magister Manajemen Universitas Trisakti termasuk mahasiswa dari berbagai semester diambil sebagai responden untuk mengisi kuesioner. Responden lainnya adalah para dosen, para lulusan/ alumni, serta para Tenaga Kependidikan. Kuisioner dikirimkan melalui nomer kontak personal yang disertai dengan link bit.ly yang berisi pertanyaan kuisioner penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode survey, dengan menyebarkan kuesioner melalui kontak personal. Teknik ini juga memungkinkan responden memiliki waktu untuk mempertimbangkan setiap pertanyaan secara teliti sebelum memberikan jawaban, responden tidak tertekan untuk memberikan jawaban secara spontan dan bebas mengungkapkan jawaban. Namun, disamping keunggulan tersebut, teknik ini juga mengandung beberapa kelemahan, diantaranya: peneliti kurang dapat mengendalikan responden sehingga

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

responden yang tidak serius dalam memberikan jawaban, jawaban yang tidak jujur, baik yang disengaja, atau karena salah tafsir atas pertanyaan yang dihadapi, akan dapat menimbulkan bias bagi data yang terkumpul. Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, kuesioner dirancang dalam format yang menarik dan pertanyaan yang diajukan singkat dan jelas, lama pengisian kuesioner tidak lebih dari 10 menit.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarkan secara daring via Google Forms dan kontak personal. Instrumen dikembangkan berdasarkan indikator penelitian Purba *et al.* (2023) yang terdiri dari 10 butir pertanyaan (Tabel 1). Pengukuran menggunakan Skala Likert 5 poin: 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Cukup Setuju/Netral (CS), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS).

Indikator pada penelitian ini mengacu kepada penelitian sebelumnya oleh (Purba *et al.,* 2023), dengan menggunakan indikator pengukuran sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Penelitian

No.	Indikator
1	Saya telah memahami Visi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI
2	Saya telah memahami Misi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI
3	Saya telah memahami Tujuan dan Sasaran Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI
4	Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah mengimplementasikan Visi dan Misi Prodi dalam kegiatannya-kegiatannya
5	Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah mensosialisasikan Visi danMisinya dengan baik dan memadai
6	Kiprah para dosen pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi
7	Kiprah tenaga akademik dań administrasi pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi
8	Visi dan Misi Program Studi Magister Manajemen Usakti perlu terus disosialisasikan kepada semua stakeholder walaupun semua pihak sudah memahami
9	Kiprah Prodi Magister Manajemen baik dalam skala nasional maupun internasional sudah mencerminkan pencapaian Visi dan Misi Program Studi
10	Menurut saya sosialisasi Visi dan Misi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTIyang paling efektif adalah melalui: - Sosialisasi langsung (tatap muka,seminar ataupun zoom) - Website MM FEB Usakti - Sosial Media (Instagram, Tiktok,Facebook) - Media Cetak (Kalender, Poster,Banner) - Media Radio dan You TubeChannel

2.3 Metode Analisis

Uji reliabilitas dan uji validitas. Ketepatan pengujian hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna bila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak mempunyai reliabilitas dan validitas yang tinggi. Oleh karena itu, kualitas data dari penelitian ini akan dievaluasi dengan uji reliabilitas dan validitas. Pengujian kualitas data dilakukan sebelum analisis utama.

1) Uji Validitas: Menggunakan korelasi Pearson Product-Moment. Nilai r-hitung seluruh butir indikator berada pada rentang 0,458 hingga 0,782, berada di atas nilai r-tabel (0,222 untuk N=78 pada alpha = 0,05), sehingga seluruh item dinyatakan valid.
2) Uji Reliabilitas: Menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha instrumen sebesar 0,892 (> 0,70), yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi (Sugiyono, 2022).

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

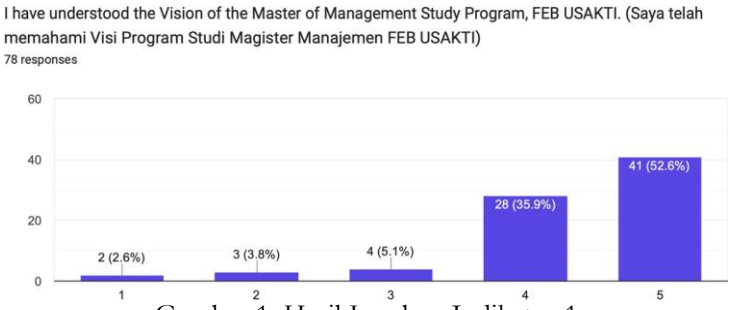
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

3 Hasil dan Pembahasan

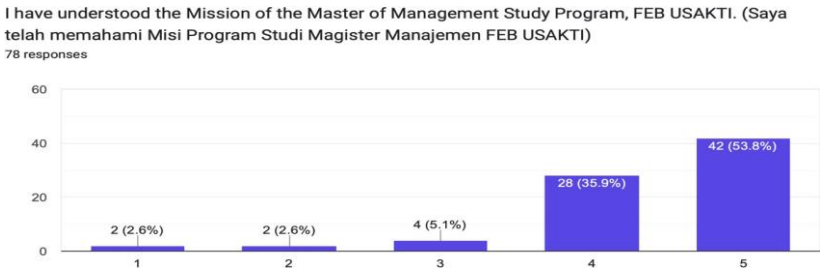
3.1 Hasil

Penelitian ini mengambil sampel dari lingkup Prodi Magister Manajemen, di mana responden berasal dari mahasiswa aktif, para dosen, dan tenaga kependidikan (tendik). Survei dikirimkan kepada para mahasiswa, dosen, dan tendik melalui tautan Google Form yang disebarkan ke grup mahasiswa, dosen, dan tendik. Responden yang mengisi dengan lengkap dan mengirimkannya kembali adalah sebanyak 78 responden. Berikut ini adalah hasil dari setiap indikator penelitian. Indikator 1. I have understood the Vision of the Master of Management Study Program, FEB USAKTI. (Saya telah memahami Visi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI).



Gambar 1. Hasil Jawaban Indikator 1

Dari indikator 1, didapatkan hasil bahwa para sivitas akademika mayoritas (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 88,5% atau 69 orang menyatakan bahwa mereka telah memahami Visi Prodi MM FEB Trisakti. Indikator 2. I have understood the Mission of the Master of Management Study Program, FEB USAKTI. (Saya telah memahami Misi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI).



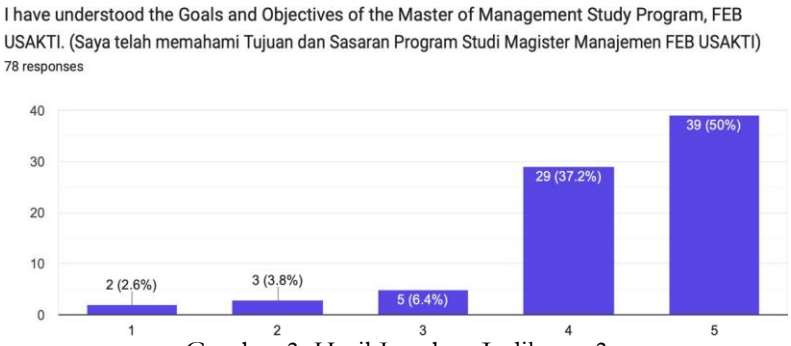
Gambar 2. Hasil Jawaban Indikator 2

Dari indikator 2, didapatkan hasil bahwa para sivitas akademika mayoritas (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 89,7% atau 70 orang menyatakan bahwa mereka telah memahami Misi Prodi MM FEB Trisakti. Indikator 3. I have understood the Goals and Objectives of the Master of Management Study Program, FEB USAKTI. (Saya telah memahami Tujuan dan Sasaran Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI)

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

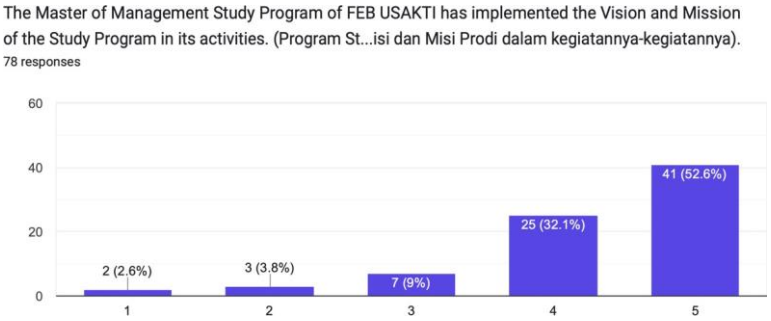
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099



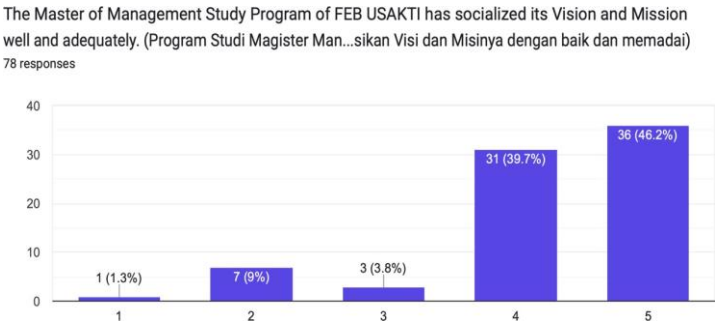
Gambar 3. Hasil Jawaban Indikator 3

Dari indikator 3, didapatkan hasil bahwa para sivitas akademika mayoritas (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 87,2% atau 68 orang menyatakan bahwa mereka telah memahami Tujuan dan Sasaran Prodi MM FEB Trisakti. Indikator 4**.** The Master of Management Study Program of FEB USAKTI has implemented the Vision and Mission of the Study Program in its activities. (Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah mengimplementasikan Visi dan Misi Prodi dalam kegiatannya.).



Gambar 4. Hasil Jawaban Indikator 4

Dari indikator 4, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 84,6% atau 66 orang menyatakan bahwa Prodi MM FEB Trisakti telah mengimplementasikan Visi dan Misi Prodi dalam kegiatannya. Indikator 5. The Master of Management Study Program of FEB USAKTI has socialized its Vision and Mission well and adequately. (Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah mensosialisasikan Visi dan Misinya dengan baik dan memadai.).



Gambar 5. Hasil Jawaban Indikator 5

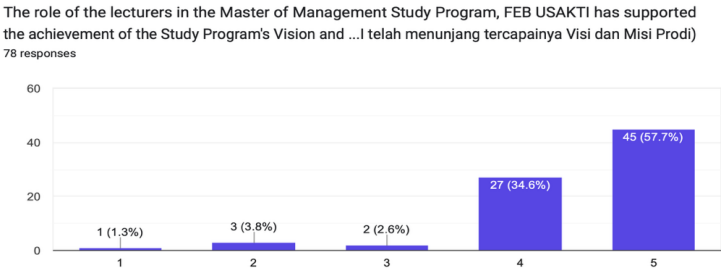
Dari indikator 5, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 85,9% atau 67 orang menyatakan bahwa Prodi MM FEB Trisakti telah mensosialisasikan

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS

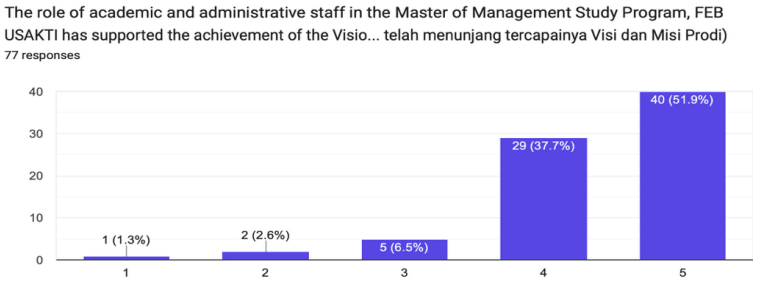
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

Visi dan Misinya dengan baik dan memadai. Indikator 6. Kiprah para dosen pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi.



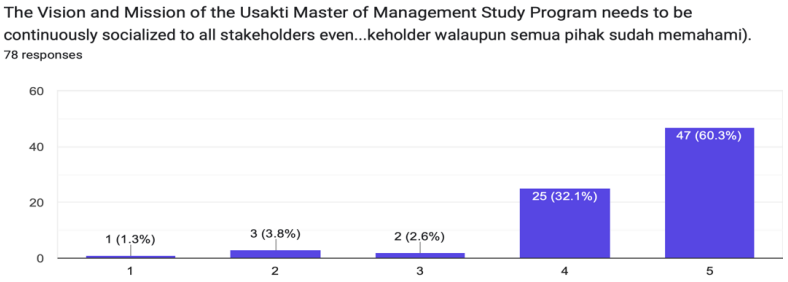
Gambar 6. Hasil Jawaban Indikator 6

Dari indikator 6, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 92,3% atau 72 orang menyatakan bahwa kiprah para dosen pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi. Indikator 7. Kiprah tenaga akademik dan administrasi pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi.



Gambar 7. Hasil Jawaban Indikator 7

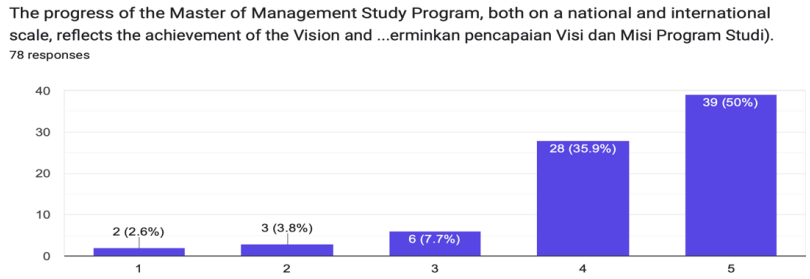
Dari indikator 7, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 88,5% atau 69 orang menyatakan bahwa kiprah tenaga akademik dan administrasi pada Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI telah menunjang tercapainya Visi dan Misi Prodi. Indikator 8. Visi dan Misi Program Studi Magister Manajemen Universitas Trisakti perlu terus disosialisasikan kepada semua pemangku kepentingan walaupun semua pihak sudah memahami.



Gambar 8. Hasil Jawaban Indikator 8

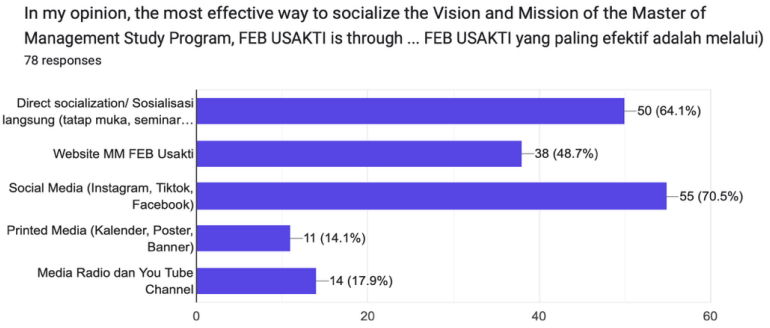
Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

Dari indikator 8, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 92,3% atau 72 orang menyatakan bahwa Visi dan Misi Program Studi Magister Manajemen Universitas Trisakti perlu terus disosialisasikan kepada semua pemangku kepentingan walaupun semua pihak sudah memahami. Indikator 9. Kiprah Prodi Magister Manajemen, baik dalam skala nasional maupun internasional, sudah mencerminkan pencapaian Visi dan Misi Program Studi.



Gambar 9. Hasil Jawaban Indikator 9

Dari indikator 9, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden (setuju dan sangat setuju), yaitu sebanyak 85,9% atau 67 orang menyatakan bahwa kiprah Prodi Magister Manajemen, baik dalam skala nasional maupun internasional, sudah mencerminkan pencapaian Visi dan Misi Program Studi. Indikator 10. Menurut saya, sosialisasi Visi dan Misi Program Studi Magister Manajemen FEB USAKTI yang paling efektif adalah melalui.



Gambar 10. Hasil Jawaban Indikator 10

Dari indikator 10, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa sosialisasi Visi dan Misi yang paling efektif adalah melalui Sosialisasi Langsung (tatap muka, seminar, maupun Zoom) dan melalui Sosial Media (Instagram, TikTok, dan Facebook).

3.2 Pembahsan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pemangku kepentingan di Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti memiliki tingkat pemahaman yang sangat tinggi terhadap Visi (88,5%), Misi (89,7%), serta Tujuan dan Sasaran (87,2%). Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Purba *et al.* (2023) dan Maulidi *et al.* (2018), yang menegaskan bahwa pemahaman VMTS yang tinggi di atas 80% menandakan kejelasan artikulasi tujuan organisasi yang berhasil ditransmisikan oleh pimpinan institusi kepada sivitas akademika. High comprehension rate ini juga mengonfirmasi keselarasan operasional (operational alignment) sebagaimana diamanatkan dalam kriteria akreditasi LAMEMBA dan BAN-PT (Slamet *et al.,* 2024).

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

Meskipun demikian, terdapat perbedaan tipis di mana pemahaman terhadap Tujuan dan Sasaran (87,2%) sedikit lebih rendah dibandingkan pemahaman Visi dan Misi. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori perencanaan strategis David & David (2017) dan Rothaermel (2024), di mana pernyataan Visi dan Misi umumnya lebih singkat, inspiratif, dan mudah diingat, sedangkan Tujuan dan Sasaran memuat parameter kuantitatif dan target kinerja operasional yang membutuhkan pemaparan teknis lebih rinci.

Penelitian ini menemukan perbedaan persepsi antara kontribusi dosen (92,3%) dan tenaga kependidikan (88,4%) dalam menunjang tercapainya VMTS. Tingginya penilaian terhadap dosen disebabkan oleh interaksi akademik yang intensif di dalam kelas, kegiatan riset bersama, serta publikasi ilmiah yang secara langsung merefleksikan Visi prodi berorientasi internasional (Sethi *et al.,* 2023). Di sisi lain, penilaian terhadap tenaga kependidikan sebesar 88,4% meskipun lebih rendah namun dapat memberikan layanan administrasi yang baik. Sebagaimana diungkapkan oleh Slamet *et al.* (2024), tata kelola dan kualitas layanan penunjang akademik oleh tenaga kependidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemangku kepentingan dan efektivitas kelembagaan secara keseluruhan.

Temuan terpenting pada Indikator 10 menunjukkan bahwa Media Sosial (70,5%) dinilai paling efektif, diikuti oleh Sosialisasi Langsung (tatap muka/Zoom) sebanyak 64,1% , diikuti dan Website Resmi (48,7%). Hasil ini memberikan wawasan teoritis penting yang dapat dijelaskan melalui Media Richness Theory (Lengel & Daft, 1988). Menurut teori ini, pesan-pesan organisasi yang bersifat kompleks, strategis, dan membutuhkan klarifikasi nilai seperti VMTS, membutuhkan saluran komunikasi berkeandalan tinggi (rich media) yang memungkinkan interaksi dua arah, umpan balik seketika, serta bahasa non-verbal. Forum tatap muka, kuliah perdana, dan rapat kerja merupakan sarana rich media yang efektif untuk membangun pemahaman mendalam. Sebaliknya, Media Sosial (Instagram, TikTok, Facebook) berfungsi sebagai sarana penyebar pesan berskala luas dan frekuensi tinggi (lean media) yang sangat ampuh menarik perhatian pemangku kepentingan berusia muda dan berprofesi sibuk (Budi, 2021; Rahmadani & Kurniawan, 2022).

Mayoritas responden (92,3%) menyetujui bahwa sosialisasi VMTS harus terus dilakukan secara berkelanjutan meskipun civitas akademika telah merasa memahami VMTS. Temuan ini mendukung argumen Ancok (2012) dan Kriyantono (2020) bahwa komunikasi organisasi bukanlah peristiwa sekali jadi (one-off event), melainkan proses siklus yang terus-menerus. Tingginya konsensus ini mengindikasikan kesadaran pemangku kepentingan terhadap dinamika penuaan informasi (*information decay*) serta pergantian anggota organisasi (*organizational turnover*) yang terjadi di lingkungan perguruan tinggi. Setiap tahun terjadi kohort mahasiswa baru yang masuk, perubahan jajaran tenaga kependidikan, serta rotasi dosen, sehingga tingkat pemahaman institusional bersifat dinamis dan berisiko menurun apabila tidak mendapat penyegaran secara berkala. Secara teoretis, resosialisasi berkala berfungsi sebagai mekanisme penguatan (reinforcement) yang mentransformasikan pemahaman kognitif biasa menjadi komitmen perilaku (*behavioral commitment*) dalam pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi. Temuan ini sejalan dengan kajian Susanto dan Wijaya (2021) serta Wibowo dan Lestari (2024), yang menekankan bahwa sosialisasi berkelanjutan menjaga korelasi positif antara pemahaman VMTS dan konsistensi mutu layanan akademik. Bagi Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Trisakti, kebutuhan sosialisasi berkelanjutan ini menuntut penetapan siklus komunikasi teragenda—seperti pada saat matrikulasi mahasiswa baru, rapat kerja dosen tahunan, dan audit mutu internal agar pemahaman VMTS tetap terjaga dan terintegrasi dalam budaya organisasi.

4 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan mengenai Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran (VMTS) Program Studi Magister Manajemen Universitas Trisakti. Ini mencerminkan kesadaran yang baik di kalangan sivitas akademika tentang nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam pengembangan program. Selain itu, pemahaman responden terhadap

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

berbagai aspek VMTS menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan telah berjalan efektif. Kemampuan mereka untuk menjelaskan dan menginternalisasi makna dari VMTS menunjukkan bahwa informasi tersebut tidak hanya diterima, tetapi juga diterapkan dalam praktik sehari-hari. Dalam hal media sosialisasi, website Program Magister Manajemen menawarkan aksesibilitas yang tinggi, meskipun sifatnya lebih pasif dan tergantung pada inisiatif pengguna untuk mencari informasi. Sementara itu, media sosial mampu menjangkau audiens secara luas dan cepat, ideal untuk menyampaikan informasi ringkas, meskipun sering kali kurang mendalam. Di sisi lain, interaksi tatap muka memberikan ruang bagi dialog langsung, memungkinkan klarifikasi dan umpan balik yang lebih personal, meskipun frekuensinya bergantung pada jadwal pertemuan rutin. Tingkat kepuasan di antara para pemangku kepentingan menunjukkan variasi, dengan mahasiswa baru dan dosen umumnya merasa puas berkat program orientasi dan pertemuan yang teratur. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan yang beragam dalam komunikasi sosialisasi sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan seluruh sivitas akademika. Penelitian ini mengajak kita untuk terus berinovasi dalam strategi komunikasi, agar nilai-nilai VMTS dapat benar-benar terinternalisasi dan diimplementasikan dalam setiap aspek kehidupan akademik di Program Studi Magister Manajemen Universitas Trisakti.

5 Daftar Pustaka

Ancok, D. (2012). *Outward bound management training: Aplikasi teori psikologi dalam pengembangan sumber daya manusia*. Pustaka Pelajar.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases, global edition* (16th ed.). Pearson Education.

Galpin, T. (2023). *The strategist's handbook: Tools, templates, and best practices across the strategy process*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780192885203.001.0001

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2024). *Strategic management: Competitiveness & globalization: Concepts and cases* (14th ed.). Cengage Learning.

Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif besertakan contoh praktisnya*. Kencana.

Lengel, R. H., & Daft, R. L. (1988). The selection of communication media as an executive skill. *The Academy of Management Executive, 2*(3), 225–232.

Maulidi, A., Syamswisna, S., Daningsih, E., Ariyati, E., & Marlina, R. (2018). Pengukuran tingkat pemahaman mahasiswa terhadap visi misi program studi pendidikan biologi FKIP Untan. *BIO-PEDAGOGI, 7*(2), 91. https://doi.org/10.20961/bio-pedagogi.v7i2.27634

Purba, Y. E., Leon, F. M., Kurniawati, & Sundoro, Y. (2023). Measuring the impact of vision, mission, goals, and objectives socialization in the Master of Management program. *The International Journal of Business & Management, 11*(12), 1–7. https://doi.org/10.24940/theijbm/2023/v11/i12/BM2312-002

Rothaermel, F. T. (2024). *Strategic management*. McGraw Hill LLC. https://books.google.co.id/books?id=muZfzwEACAAJ

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2099

Sethi, U., Sial, D. Z. A., & Tatlah, D. I. A. (2023). Transforming vision and mission of a university into practice: Strategies and challenges. *Annals of Human and Social Sciences, 4*(3). https://doi.org/10.35484/ahss.2023(4-III)22

Slamet, R. A., Marno, & Efiyanti, A. (2024). Impact of mission and vision on academic services mediated by governance and human resources in higher education institutions of Indonesia. *Problems and Perspectives in Management, 22*(1), 477–490. https://doi.org/10.21511/ppm.22(1).2024.38

Susanto, H., & Wijaya, T. (2021). Analisis kepuasan dan pemahaman sivitas akademika terhadap visi misi institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan, 9*(1), 45–56.

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (15th ed.).

Wibowo, A., & Lestari, D. (2024). Evaluasi strategi sosialisasi VMTS berbasis digital pada program pascasarjana. *Jurnal Manajemen Pelayanan Sosial dan Pendidikan, 4*(1), 33–44.