

ABSTRAK

STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO DALAM *BRANDING* PERGURUAN TINGGI GUNA MENARIK MINAT CALON MAHASISWA BARU

Oleh

POPY YUSVIDA WATI

Branding merupakan hal yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran akan suatu *brand* dari suatu lembaga. Universitas Muhammadiyah Metro adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang melakukan upaya *branding*. Dalam *branding*, Universitas Muhammadiyah Metro memiliki strategi yang dilakukan. Tujuan penulisan adalah untuk mengetahui strategi dan usaha yang dilakukan Humas UM Metro dalam melakukan *branding* perguruan tinggi untuk menarik minat calon mahasiswa baru dan faktor yang menjadi pendukung dan penghambat Humas UM Metro dalam melaksanakan strategi *branding* perguruan tinggi. Metode penulisan yang penulis gunakan dalam Tugas Akhir ini adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa Humas perguruan tinggi dalam melakukan strategi *branding* menggunakan publikasi dan periklanan yang didalamnya mengedepankan identitas perguruan tinggi melalui desain, logo, dan keunggulan yang dimiliki oleh perguruan tinggi agar lebih dikenal oleh publik. *Brand* sebuah perguruan tinggi menjadi salah satu identitas institusi yang dikedepankan agar persepsi masyarakat dapat tumbuh sesuai dengan tujuan yang akan dicapai oleh lembaga.

Kata Kunci : *Public Relation, branding, strategi branding Perguruan Tinggi*