

## ABSTRAK

Universitas Tidar (Untidar) ditetapkan sebagai perguruan tinggi negeri sejak tahun 2014. Untidar melakukan perubahan ke PTN untuk memberikan identitas baru yang dapat mengubah citra Untidar sebagai perguruan tinggi negeri baru yang pertama dan satu-satunya di kota Magelang. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan upaya pengomunikasian di Untidar sebagai perguruan tinggi negeri baru. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengomunikasian sebagai PTN baru, Untidar menetapkan target-target pada rencana strategis bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Untidar, salah satunya meningkatkan citra universitas. Dalam meningkatkan citra universitas, indikator utama yang harus dicapai adalah akreditasi institusi. Saat ini Untidar meningkatkan capaian target 5 tahunan untuk meningkatkan akreditasi universitas yang masih C. Untidar melakukan Upaya pengomunikasian dengan memanfaatkan media-media yang digunakan seperti media cetak, media luar ruang, media elektronik, dan media sosial. Sebagai Universitas dengan slogan “Universitas Terdepan dalam Wirausaha”, Untidar merintis UPT Kewirausahaan dan matakuliah wajib kewirausahaan yang bertujuan untuk memberi bekal kepada mahasiswa dalam berwirausaha. Terkait masalah penurunan kerjasama Untidar memiliki strategi dengan mengadakan konferensi internasional dengan universitas di luar negeri. Kerjasama merupakan salah satu target penting yang harus dicapai Untidar karena melalui kerjasama, akreditasi Untidar dapat meningkat seperti pada fakultas Untidar yang meningkatkan akreditasi melalui kerjasama. Dalam evaluasi, Untidar melakukan perbaikan salah satunya membuka komunikasi dengan stakeholders baik di dalam maupun luar negeri.

Kata Kunci: Pengomunikasian, Citra, Universitas

## **ABSTRACT**

Tidar University (Untidar) was established as a state university since 2014. Untidar made a change to PTN to provide a new identity that could change Untidar's image as the first and only state university in Magelang city. This study aims to describe communication efforts in Untidar as a new state university. The research method used is qualitative approach, with case study method. The results showed that in communicating as a new PTN, Untidar set targets on a strategic plan aimed at improving the quality of education in Untidar, one of which improves the image of the university. In improving the image of the university, the main indicator to be achieved is institutional accreditation. Untidar currently improves the achievement of the 5 year target to improve the accreditation of the university that is still C. Untidar conduct communication efforts by utilizing the media used such as print media, outdoor media, electronic media, and social media. As a University with the slogan "The Leading University in Entrepreneurship", Untidar pioneered UPT Entrepreneurship and entrepreneurship mandatory courses aimed at providing supplies to students in entrepreneurship. Related to the problem of decreasing cooperation Untidar has a strategy by holding international conferences with universities abroad. Cooperation is one of the important targets to be achieved by Untidar because through cooperation, Untidar accreditation can increase as in Untidar's faculty which improves accreditation through cooperation. In evaluation, Untidar made improvements, one of which opened communication with stakeholders both at home and abroad.

**Keywords:** Communications, Image, University