

## ABSTRAK

Hubungan Masyarakat (Humas) memberikan peran penting bagi sebuah institusi seperti Perguruan Tinggi Negeri, salah satu perannya adalah membangun reputasi positif bagi publik melalui sebuah *branding* institusi (*institutional branding*). Bagian Humas dan Protokol yang merupakan salah satu lembaga penanggung jawab dalam melakukan *branding* di Universitas Gadjah Mada, salah satunya caranya adalah melalui manajemen acara (*event management*) yang dilakukan Subbagian Protokol. Penelitian tentang protokol masih sangat jarang dan biasanya hanya di lingkup pemerintah pusat maupun daerah saja, sedangkan kajian tentang peran protokol bagi *institutional branding* di perguruan tinggi masih sangat minim khususnya di Perguruan Tinggi Negeri. Penelitian ini berfokus pada fungsi protokol dalam melakukan manajemen acara sebagai bentuk *institutional branding* di perguruan tinggi negeri khususnya Universitas Gadjah Mada. Bagaimana fungsi protokol dalam *institutional branding* di Universitas Gadjah Mada tahun 2020-2021? Objek penelitian ini adalah Subbagian Protokol, Bagian Humas dan Protokol Universitas Gadjah Mada, mereka adalah aktor penting dalam kegiatan keprotokolan serta manajemen acara (*event management*) di Universitas Gadjah Mada. Konsep yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah secara konseptual adalah dengan menggunakan konsep Hubungan Masyarakat (Humas) Perguruan Tinggi, Keprotokolan dan *branding*. Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dan penyajian data dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan fungsi Protokol dalam *institutional branding* Universitas Gadjah Mada melalui manajemen acara (*event management*), khususnya pada acara-acara seremonial di masa Pandemi Covid-19 yang diselenggarakan universitas secara umum berjalan dengan baik. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan seperti SDM yang belum memadai, belum optimalnya koordinasi secara virtual dan belum dijalankannya proses evaluasi secara tertulis.

**Kata Kunci:** *Branding, Institutional Branding, Hubungan Masyarakat, Protokol, Manajemen Acara*