

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*