

ABSTRACT

The Branding Strategies of the Public Relations Office of UGM

This paper analyzes the branding strategies which are managed by the Public Relations Office of UGM. This is motivated by the curiosity of the key strategies behind the outstanding positive images of UGM throughout the country. The information was obtained from direct and indirect observation in the Public Relations Office of UGM. Nevertheless, the author also did a personal interview to several staffs of the Public Relations Office to support the result of the observation as well. This final paper also used library research to obtain data and information on the subject of discussion which was taken from several books, journal, and online articles. The data is presented in a form of qualitative data that have been compiled through observation with details at each procedure. The study showed that the Public Relations Office has been maintaining some effective branding strategies such as “bring the good out of the University”, “connect and build relationships with the public”, and “shift the public’s perception towards the University”.

Keywords: Public Relations, Branding Strategies, Universitas Gadjah Mada.

INTISARI

Strategi *Branding* Kantor Hubungan Masyarakat UGM

Tugas Akhir ini menganalisa mengenai strategi *branding* yang dikelola oleh Kantor Hubungan Masyarakat UGM. Hal ini dilatarbelakangi oleh rasa keingintahuan akan strategi dibalik nama baik UGM di Indonesia. Informasi diperoleh dari observasi secara langsung maupun tidak langsung dari Kantor Hubungan Masyarakat UGM. Namun demikian, untuk menunjang hasil observasi, dilakukan pula interview dengan beberapa staff di Kantor Hubungan Masyarakat UGM. Tugas Akhir ini juga menggunakan penelitian pustaka untuk mendapatkan data dan informasi mengenai bahan diskusi yang mana diambil dari buku, jurnal, atau article *online*. Data yang disajikan berupa data kualitatif yang telah dikumpulkan melalui pengamatan dengan bentuk deskripsi pada setiap tahapan prosedur. Dari pengamatan tersebut diketahui bahwa Kantor Hubungan Masyarakat UGM telah mengelola beberapa strategi *branding* efektif seperti “menyebarkan kebaikan yang ada pada UGM”, “membangun hubungan dengan masyarakat umum”, dan “membentuk persepsi masyarakat umum terhadap UGM”.

Kata kunci: Public Relations, Branding Strategies, Universitas Gadjah Mada



The Branding Strategies of the Public Relations Office of UGM
TEGUH NURROHMAN, Supriyono, S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA