

ABSTRAK

Lisangan, Vinanda Putri Salsabila, 2022. *Strategi Komunikasi Corporate Branding Melalui Jargon “We Love Kampus Biru” Dalam Membangun Citra Universitas Muhammadiyah Jember*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.

Pembimbing : Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom

Kata Kunci : Strategi *corporate branding*, *Branding*, Citra

Corporate branding ini sangat penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Pada penelitian ini akan membahas bagaimana strategi *corporate branding* yang dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Penerimaan Mahasiswa Baru (UPT – PMB) Universitas Muhammadiyah Jember melalui jargon “We Love Kampus Biru” dalam membangun citra Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini akan membahas mengenai gambaran dari strategi *corporate branding* UPT – PMB UM Jember dengan penyesuaian model *vision, culture, image*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dengan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari pengumpulan data tersebut akan diolah untuk dianalisis lebih lanjut dengan cara reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Objek penelitian ini adalah ketua dari Unit Pelaksana Teknis Penerimaan Mahasiswa Baru (UPT – PMB) Universitas Muhammadiyah Jember yang bertugas secara langsung untuk merancang dan mengelola *brand* atau jargon “We Love Kampus Biru” dan juga duta kampus yang merupakan wajah dari Universitas Muhammadiyah Jember terutama pada kegiatan pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *corporate branding* ini sangat penting dan mempermudah perusahaan dalam kegiatan pemasaran.

ABSTRACT

*Lisangan, Vinanda Putri Salsabila, 2022. Corporate Branding Communication Strategy Through the Jargon "We Love Blue Campus" in Building the Image of the University of Muhammadiyah Jember. Thesis of communication science study program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember.
Supervisor : Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom*

Keywords : *Corporate branding strategy, Branding, Image*

Corporate branding is very important in improving the company's reputation. In this study, we will discuss how the corporate branding strategy carried out by the Technical Implementation Unit for New Student Admissions (UPT – PMB) of the University of Muhammadiyah Jember through the jargon "We Love The Blue Campus" in building the image of the University of Muhammadiyah Jember. This research will discuss the description of the UPT – PMB UM Jember corporate branding strategy with the alignment of vision, culture, image models. This research uses qualitative descriptive research methods, while data collection techniques are carried out through interviews, observations, and documentation. The results of the data collection will be processed for further analysis by means of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The object of this study is the head of the Technical Implementation Unit for New Student Admissions (UPT – PMB) of the University of Muhammadiyah Jember who is directly tasked with designing and managing the brand or jargon "We Love Kampus Biru" and also campus ambassadors who are the face of the University of Muhammadiyah Jember, especially in marketing activities. The results of this study show that this corporate branding strategy is very important and makes it easier for companies to carry out marketing activities.