

## ABSTRAK

**Moch Jafas Febriyanto, 24071118056.** Judul penelitian ini adalah “Strategi *Brand Communication* FKOMINFO Universitas Garut dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru di Era New Normal (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi *Brand Communication* FKOMINFO Universitas Garut dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru di Era New Normal)”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan pada antar perguruan tinggi dalam menarik minat mahasiswa sudah mulai semakin ketat. Hal ini ditambah lagi dengan perguruan tinggi swasta di Indonesia yang saat ini sudah semakin maju dan berkembang sehingga dengan keadaan tersebut, bagi lembaga perguruan tinggi yang baru berdiri dan belum begitu dikenal di masyarakat sangat merasakan dampak hebatnya sebuah persaingan di dalam menarik minat mahasiswa. Hal itu akan memotivasi setiap universitas di Indonesia untuk lebih berusaha dalam meningkatkan mutu dan kualitas lembaga tersebut melalui berbagai keunggulan yang mereka miliki. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan mengenai strategi *brand communication* FKOMINFO Universitas Garut dilihat dari empat tahapan yang digunakan yaitu pemahaman tentang pesan, penyusunan pesan persuasif, pemilihan metode dan pemilihan media.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori Strategi Komunikasi yang di dalamnya terdapat 4 aspek yang diteliti yaitu memahami pesan, menyusun pesan persuasif, memilih metode dan memilih media. Teknik analisis data dari penelitian ini yaitu dengan mereduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melakukan observasi partisipan, wawancara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh FKOMINFO Universitas Garut pada aspek memahami pesan adalah dengan membentuk tim yang telah dibekali informasi-informasi serta tugas yang harus dilaksanakan. Kemudian pada aspek penyusunan pesan persuasif memuat informasi-informasi yang relevan bagi calon mahasiswa baru. Selanjutnya dalam aspek pemilihan metode yaitu dengan menerapkan cara-cara interaktif dan persuasif dalam penyampaian pesan ketika kegiatan berlangsung. Terakhir dalam aspek pemilihan media dengan menggunakan berbagai media baik itu media konvensional maupun memanfaatkan media baru.

**Kata Kunci :** *Brand Communication*, Mahasiswa, Minat, Strategi Komunikasi

## **ABSTRACT**

*Moch Jafas Febriyanto, 24071118056. The title of this research is “The Garut University FKOMINFO Brand Communication Strategy in Attracting the Interests of Prospective New Students in the New Normal Era (Qualitative Descriptive Study on the Garut University FKOMINFO Brand Communication Strategy in Attracting the Interests of New Normal Students in the New Normal Era)” .*

*This research is motivated by the existence of competition between universities in attracting students' interest has begun to get tougher. This is coupled with private universities in Indonesia which are currently increasingly advanced and developing so that with these conditions, higher education institutions that have just been established and are not yet well known in the community feel the great impact of competition in attracting students. This will motivate every university in Indonesia to make more efforts to improve the quality and quality of the institution through the various advantages they have. The purpose of this study is to explain the brand communication strategy of FKOMINFO Garut University, seen from the four stages used, namely understanding the message, compiling persuasive messages, selecting methods and selecting media.*

*The method used in this study uses a qualitative approach using the theory of Communication Strategy in which there are 4 aspects studied, namely understanding the message, compiling persuasive messages, choosing methods and choosing media. Data analysis techniques from this research are data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. Data collection techniques used are participant observation, in-depth interviews, literature study and documentation.*

*The results of this study indicate that the communication strategy used by FKOMINFO Garut University in the aspect of understanding the message is to form a team that has been provided with information and tasks that must be carried out. Then in the aspect of compiling persuasive messages, it contains relevant information for prospective new students. Furthermore, in the aspect of method selection, namely by applying interactive and persuasive ways in delivering messages when the activity takes place. Finally, in the aspect of media selection by using various media, both conventional media and utilizing new media.*

**Keywords: Brand Communication, Communication Strategy, Interest, Students**