

ABSTRAK

Banyaknya persaingan dalam Perguruan Tinggi penyedia Program Magister Teknik Informatika membuat Universitas Telkom menyediakan program ini. Menurut konsultan brand, Amalia Maulana pada Tahun 2010 Perguruan Tinggi harus memiliki branding yang baik dan berusaha untuk tetap eksis menghadapi persaingan perguruan-perguruan tinggi yang semakin ketat. Sehingga Magister Teknik Informatika Universitas Telkom perlu mengetahui penilaian mahasiswa dan masyarakat dengan tujuan untuk menemukan keunggulan dan memperbaiki posisi agar target jumlah mahasiswa dapat terpenuhi.

Melalui penelitian ini, akan dilakukan pemetaan *positioning* dari delapan Perguruan Tinggi penyedia Magister Teknik Informatika terhadap lima variabel (*Learning Outcomes, Responsiveness, Infrastructure, Personality Development dan Academics*). *Positioning* dalam penelitian ini menggunakan metode *Multidimensional Scalling* yang akan menghasilkan *perceptual map*. Melalui *perceptual map* yang dihasilkan dapat diketahui keunggulan dan kelemahan atribut yang dimiliki oleh Magister Teknik Informatika Universitas Telkom serta untuk mengetahui pesaing terdekat dari Magister Teknik Informatika Universitas Telkom.

Rekomendasi yang diusulkan pada penelitian ini berdasarkan atribut yang menjadi kelemahan Magister Teknik Informatika Universitas Telkom, serta atribut tersebut dapat menunjang tujuan *positioning* dari Magister Teknik Informatika Universitas Telkom.

Kata Kunci: *Positioning, Perceptual Map, Multidimensional Scalling, Magister Teknik Informatika Universitas Telkom*