

## ABSTRAK

Yusuf, Muhammad Emir. 1601164267 (2020). “Perancangan Strategi Branding Universitas Telkom Sebagai Universitas yang Berbasis Teknologi dan Informasi” Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.

Universitas Telkom adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang berdiri pada 14 Agustus 2013 yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Universitas ini berdiri dari penggabungan empat perguruan tinggi swasta. Memiliki moto “*Creating the Future*” dan Visi dan Misinya menjadi universitas yang unggul dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi dalam segala aspek pembelajarannya. Berbagai prestasi dan keberhasilan Universitas Telkom dibuktikan dengan mendapatkan peringkat pertama sebagai universitas swasta terbaik di Indonesia pada tanggal 16 Agustus 2019. Dengan berbagai prestasi dan keunggulan yang dimiliki oleh Universitas Telkom, masih banyaknya para calon mahasiswa baru bahkan mahasiswa Universitas Telkom sendiri belum dapat mengasosiasikan bahwasannya Universitas Telkom merupakan universitas yang unggul yang berbasis teknologi dan informasi. Berdasarkan hasil pengumpulan data, penulis mendapatkan hasil yakni Universitas Telkom dikenal sebagai universitas pada umumnya yang “bagus”, disusul dengan “kampus Telkom atau Telkomsel”. Hal tersebut sangat disayangkan karena mengingat jumlah pendaftar sebanyak 81.000 ditahun 2019 sebagian besar masih belum dapat mengasosiasikan citra Universitas Telkom sebagai universitas unggul yang berbasis teknologi dan informasi. Berdasarkan pemaparan data diatas, penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini akan melakukan strategi *branding* yang tepat untuk membangun citra Universitas Telkom sebagai universitas unggul yang berbasis teknologi dan informasi. Dengan berbagai metode *branding* yang ada, penulis menerapkan strategi media dan visual dalam mendukung proses *branding* Universitas Telkom.

Kata kunci: *Universitas Telkom, branding, teknologi dan informasi*