

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pengelolaan acara utama (major event) Anniversary Telkom University *SDGs For Indonesia* tahun 2024 untuk memperkuat citra Telkom University. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini bertujuan memahami realitas sosial melalui interaksi dan komunikasi dalam organisasi pelaksana event.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkom University menerapkan strategi pelaksanaan swakelola yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Penelitian ini juga menghasilkan model konseptual komunikasi acara yang menjelaskan proses komunikasi di seluruh tahapan kegiatan.

Komunikasi memegang peranan penting, dengan dua bentuk utama yang muncul di tiap tahapan: komunikasi institusional (formal dan terstruktur) serta komunikasi teknis (interpersonal dan fleksibel). Komunikasi berlangsung dalam tiga fase: pra-kegiatan, internal dan eksternal selama kegiatan. Nilai-nilai institusi seperti harmoni, semangat kolaborasi, dan adaptabilitas menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran acara dan menumbuhkan rasa kepemilikan.

Anniversary Telkom University memberikan dampak strategis dalam penguatan citra institusi, peningkatan pemahaman audiens, serta peluang kerja sama, dan dampak praktis berupa peningkatan jangkauan media sosial, pembentukan sentimen positif, dan penurunan berita negatif.

Kata Kunci: Citra Institusi, Pola Komunikasi Strategi, Pengelolaan Event.