



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

## **ABSTRAKSI**

**MAHADITA PRIANGGORO (04203-008)**

**AKTIFITAS BIRO HUMAS DAN CUSTOMER CARE UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PERIODE SEPTEMBER 2009 – AGUSTUS 2010  
ix hal + 65 hal + 4 Lampiran + 1 Website + 1 Riwayat Hidup + 30 buku**

Perkembangan perguruan tinggi di Indonesia saat ini sudah amat pesat, ini terlihat dari banyaknya perguruan tinggi yang didirikan. Untuk dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain, sebuah perguruan tinggi harus memiliki strategi yang jitu dalam menghadapi persaingan tersebut. Salah satu yang harus dilakukan oleh perguruan tinggi yaitu dengan melakukan strategi komunikasi Public Relations, karena strategi itu dapat dikemas sedemikian rupa kedalam bentuk periklanan, promosi penjualan tatap muka, publisitas, acara-acara, dan dalam bentuk kegiatan sosial.

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada konsep komunikasi dari Linggar Anggoro, yang menjelaskan mengenai tahap-tahap bagi Public Relations untuk menetapkan sebuah strategi. Dari strategi ini akan dapat diketahui tahapan perencanaan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Universitas Mercu Buana dalam melakukan kegiatan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Metode ini digunakan penulis, karena ingin mendapatkan gambaran dan penjelasan dari tahapan-tahapan Public Relations UMB dalam melakukan sebuah perencanaan dan strategi komunikasi yang digunakan dalam melakukan publikasi dan pembuatan program-program yang terencana. Hasil yang di dapat penulis dalam penelitian ini adalah, penulis dapat mengetahui bagaimana proses dalam pembentukan persepsi stakeholder, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas dalam membina hubungan baik dengan para stakeholdernya dan dalam hal publisitas untuk memberikan rasa ketertarikan dari para khalayaknya.