

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI BRANDING UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA (UHAMKA) MELALUI VISI PROPHETIC TEACHING UNIVERSITY

Silmi Fuadi

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76346&lokasi=lokal>

Abstrak

UHAMKA sebagai institusi pendidikan Islam Muhammadiyah, melalui Renstra tahun 2020-2024 menetapkan visi Prophetic Teaching University dalam mewujudkan Prophetic Enterpreneurial University tahun 2045. Untuk memperkenalkan visi tersebut kepada khalayak diperlukan strategi branding, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana UHAMKA melakukan branding melalui visi Prophetic Teaching University.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan konteks komunikasi organisasi, dan teori budaya organisasi. Penelitian ini berusaha mengungkap budaya organisasi yang berpengaruh dalam branding UHAMKA, melalui tahapan budaya organisasi menurut Trujillo dan Pancanowsky yaitu ritual, passion, sosial, politik organisasi, dan enkulturasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode penelitian studi kasus. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi branding UHAMKA melalui visi Prophetic Teaching University dilakukan dengan penyusunan Graphic Standard Manual (GSM), Rencana Strategis UHAMKA 2020-2024, maupun Program dan Layanan yang menekankan nilai-nilai profetik di dalamnya, serta penggunaan Media Sosial untuk memperkenalkan UHAMKA kepada khalayak luas sebagai kampus yang menyediakan pendidikan agama yang terakreditasi unggul. Selain itu, penetapan Prophetic Teaching University sebagai visi dan value dari UHAMKA untuk mencapai tujuan dari dakwah Muhammadiyah yaitu pusat unggulan dakwah dan kekuatan pembaharuan (tajdid) Muhammadiyah.