

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada Marketing Crew di Universitas Telkom. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan Marketing Crew dalam penerapan strategi komunikasi untuk mempertahankan citra Universitas Telkom yang dilakukan Marketing Crew dalam mempertahankan citra Universitas Telkom dengan menggunakan strategi dari Cangara, 2013 tahapan yang dilakukan yaitu perumusan masalah, penetapan strategi komunikasi dengan analisis SWOT, tahapan strategi komunikasi dan yang terakhir evaluasi. Adapun jenis Penelitian digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan paradigma post positivisme dimana Peneliti tidak dapat memperoleh fakta dari suatu kenyataan jika Peneliti menjauhkan diri dengan kenyataan yang ada dan harus interaktif. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam dengan anggota Marketing Crew, informan ahli, dan mahasiswi Universitas Telkom. Dari analisis yang dilakukan diketahui bahwa beberapa tahun terakhir, Universitas Telkom mendapatkan citra yang positif. Maka perlu diketahui bahwa untuk mempertahankan citra Universitas Telkom memakai analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mencapai tujuan. Hasil dari Penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang sudah dilakukan Marketing Crew menurut buku Cangara, 2013 sudah sangat baik dan efektif untuk membantu kegiatan mempromosikan Universitas Telkom kepada siswa-siswi karena mahasiswa langsung yang menuangkan kreativitasnya.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Citra, Marketing Crew