

ABSTRAK

Persaingan perguruan tinggi swasta semakin ketat akibat perubahan pendidikan, kebijakan pemerintah, dan preferensi mahasiswa. Telkom University dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berhasil meningkatkan jumlah mahasiswa baru pada 2022-2023 dan mempertahankan peringkat terbaik selama tiga tahun. Keberhasilan ini didukung oleh peran strategis *public relations* dalam menjaga citra lembaga dan merancang program kehumasan inovatif untuk bersaing secara nasional dan internasional. Dengan hal tersebut tujuan dilakukannya penelitian ini agar dapat memberikan referensi untuk para pembaca atau lembaga pendidikan lainnya dalam menjalankan strategi *public relations*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan berupaya untuk menerangkan dan merangkum beragam keadaan, situasi, atau realitas sosial yang diamati di lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui data primer yaitu wawancara dan data sekunder yaitu observasi dan dokumentasi. Konsep strategi *public relations* Cutlip & Center dijadikan sebagai teknik analisis data penelitian ini. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Telkom University dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) berhasil menerapkan strategi *public relations* berdasarkan konsep Cutlip dan Center yang mencakup *Fact Finding*, *Planning*, *Communication*, dan *Evaluation* dengan menerapkan *Strategy of persuasion*, *Strategy of argumentation* dan *Strategy of image* dalam mempertahankan citra universitas swasta terbaik di Indonesia.

Kata Kunci : perguruan tinggi, *public relations*, strategi *public relations*, Telkom University, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta