

ABSTRAK

Universitas Gajah Mada merupakan suatu lembaga yang berorientasi pada pendidikan, dimana Universitas ini merupakan Universitas tertua dan terbesar di Indonesia. Sejak tanggal 26 Desember tahun 2006, UGM berubah statusnya menjadi Badan Hukum Milik Negara (BHMN). Berawal dari statusnya tersebut, dari tahun ketahun masalah biaya pendidikan selalu menjadi suatu masalah yang pelik. Dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti melakukan penelitian di UGM untuk mengetahui strategi yang digunakan pihak *Public Relations* UGM dalam menghadapi isu mahalnnya biaya pendidikan di UGM.

Penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus. Studi kasus adalah suatu inkuiris empiris yang menyediakan fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus bersifat deskriptif. Studi kasus deskriptif merupakan tipe penelitian yang menjelaskan setiap variabel yang digunakan mengenai fenomena atau kenyataan sosial dengan masalah yang diteliti dengan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa. Jenis dan teknik pengumpulan data berupa data primer dengan melakukan wawancara dan sekunder berupa literatur-literatur, majalah, studi pustaka, arsip serta dokumen-dokumen yang dimiliki oleh *Public Relations* UGM. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif, penelitian ini mencoba memberikan jawaban terhadap bagaimana upaya *Public Relations* UGM dalam mengatasi isu mahalnnya biaya pendidikan yang selama ini tertanam dalam benak masyarakat luas serta penjelasan tentang sistem yang mereka anggap sebagai strategi mereka.

Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat *Public Relations* UGM memegang peranan penting dalam keberhasilan dan kesuksesan program-program penanganan isu mahalnnya biaya pendidikan UGM. Ada (4) empat langkah kebijakan UGM yang didalamnya terdapat strategi-strategi dan salah satunya menjadi strategi *Public Relations* guna menanggulangi isu mahalnnya biaya pendidikan di UGM, yakni *Public Relations* UGM menyampaikan pesan menggunakan strategi tatap muka, strategi komunikasi bermedia, konsep biaya berkeadilan dengan sistem subsidi silang serta *post audit* terhadap mahasiswa baru. Kebijakan-kebijakan diatas seluruhnya sudah dilaksanakan dengan baik, akan tetapi seluruh kebijakan-kebijakan yang dilakukan pihak UGM belum mencapai pada taraf evaluasi, dikarenakan kebijakan-kebijakan yang dilakukan pihak UGM saat ini sedang terlaksana, sehingga belum memperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan. Namun sudah bisa dikatakan berjalan dengan baik