

Aktivitas *Public Relations* Universitas Amikom Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra
Melalui Media Digital “PODCAST AMIKOMJOGJA”

Elizabeth Diah Permata¹, Erik Hadi Saputa²
Universitas Amikom Yogyakarta

Submitted: 03 Januari 2023

Accepted : 13 Januari 2023

Published : 30 Januari 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan citra Universitas Amikom Yogyakarta melalui podcast Amikomjogja yang didirikan oleh *public relation* Amikom. Obyek penelitian ini adalah podcast Amikomjogja yang menjadi media *relation* Universitas Amikom Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan konsep citra menurut Frank Jefkins (2003). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan kajian literatur terkait dengan topik penelitian. Informan penelitian ini adalah *Manager* podcast Amikomjogja sekaligus *staff public relation* Amikom. Teknik penentuan informan dilakukan dengan *purposive sampling* dan validasi dengan melakukan triangulasi mewawancarai Ketua BDPKN Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa podcast Amikomjogja membantu membentuk serta mempertahankan citra Universitas Amikom Yogyakarta.

Kata-kata Kunci: Citra, *Public Relation*, Podcast Amikomjogja

ABSTRACT

This study aims to analyze and explain the image of Amikom Yogyakarta University through the Amikomjogja podcast founded by Amikom's public relations. The object of this research is the Amikomjogja podcast which is the media relation of Amikom Yogyakarta University. This type of research is descriptive qualitative. This study uses the concept of image according to Frank Jefkins (2003). Data collection techniques were carried out by conducting interviews, observations, and reviewing the literature related to the research topic. The informant of this research is the Manager of the Amikomjogja podcast as well as Amikom's public relations staff. The informant determination technique was carried out by purposive sampling and validation by conducting triangulation by interviewing the Chairperson of the Yogyakarta BDPKN. The results of this study indicate that the Amikomjogja podcast helps build and maintain the image of Amikom Yogyakarta University.

Keywords: *Institutional Image, Public Relations, podcast Amikomjogja*

Korespondensi : Elizabeth Diah permata, Universitas Amikom Yogyakarta, Jl. Ring Road Utara, Yogyakarta, elizabeth.permata@students.amikom.ac.id

PENDAHULUAN

Public Relations atau yang lebih dikenal sebagai Hubungan Masyarakat (Humas), merupakan suatu bentuk komunikasi yang terencana baik internal maupun eksternal dengan publik dalam mencapai tujuan-tujuan spesifik berdasarkan saling pengertian. *Public relations* juga menjadi sebuah bentuk kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan untuk memberikan kepercayaan kepada publik terkait suatu instansi dalam beranggapan atas sebuah citra dari instansi yang bersangkutan. Keberadaan *public relation* dalam suatu instansi menjadi media jembatan penghubung antara instansi dengan publik, pada dasarnya *public relation* memiliki tujuan untuk menciptakan serta memelihara hubungan yang harmonis antara instansi dengan publik dengan menyajikan data, fakta, dan informasi (Mardhiah, 2008).

Public Relations bertugas untuk menyampaikan informasi kepada publik, dalam penyampaian informasi *public relation* membutuhkan alat yang mendukung untuk menyebarkan informasi. Informasi merupakan proses pengumpulan naskah dalam melakukan komunikasi untuk mempengaruhi target dalam upaya agar mendapatkan respons dari publik melalui media agar mempermudah dan mempercepat komunikasi yang terjalin. Media adalah salah satu wadah yang sangat dibutuhkan, sebagai alat yang dipergunakan untuk menyebarkan informasi yang dikemas dengan baik dengan melalui proses analisa, evaluasi, dan mengontrol informasi yang masuk maupun keluar. Kekuatan media mampu menciptakan opini masyarakat yang berbeda-beda khususnya terkait suatu lembaga atau instansi.

Perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini dibuktikan dengan hadirnya media baru yang penggunaannya semakin masif. Media baru pada saat ini digunakan sebagai media untuk melakukan komunikasi dengan cara yang baru sesuai dengan perkembangan teknologi. Kemunculan jaringan komputer dan internet memiliki karakteristik dengan mendistribusi informasi secara cepat dan mudah hingga menimbulkan perubahan perilaku terhadap konsumsi media informasi. Media baru pada saat ini menggunakan internet sebagai jaringan untuk berkomunikasi, bentuk komunikasi mulai dari individu hingga kelompok berinteraksi menggunakan komputer melalui sebuah jaringan yang sering dikenal dengan *computer mediated communication* (CMC) (Imarshan, 2021).

Pada saat ini televisi dan radio tidak lagi menjadi pilihan utama masyarakat untuk mengakses informasi dan hiburan, masyarakat saat ini lebih memilih layanan streaming melalui media dan internet yang dapat diakses tanpa batasan waktu dan tempat. Salah satu media yang mulai menarik perhatian masyarakat adalah podcast, sebagai media baru yang muncul pada tahun 2004 pada awalnya podcast tidak menarik perhatian publik karena hanya dapat dinikmati melalui narasi. Namun seiring berjalannya waktu pada saat ini podcast dapat dinikmati melalui

video dengan mengetahui penyiar konten podcast (Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, Nindi Aristi, 2017). Hal ini juga dilakukan oleh Universitas Amikom Yogyakarta dalam penggunaan media baru podcast sebagai media relations untuk menyampaikan informasi selain melalui website dan media sosial lainnya. Podcast menjadi salah satu media relations yang baru diberdayakan oleh public relation amikom untuk memberikan informasi kepada publik, tidak hanya informasi tetapi podcast amikomjogja juga menghadirkan hiburan kepada publik. Konten podcast amikomjogja tidak hanya membahas terkait pendidikan dan pencapaian kampus saja, namun podcast amikomjogja pun juga menghadirkan konten dengan tema keluarga, hobi, karir serta motivasi kepada publik.

Selain sebagai sarana informasi dan hiburan, podcast amikomjogja juga mampu menjadi salah satu media yang membantu mengoptimalkan kinerja public relations dalam menjalin kerjasama sekaligus mempertahankan citra lembaga. Dimana media baru Podcast yang dihadirkan Universitas Amikom Yogyakarta mampu menarik perhatian dari beberapa relasi hingga pemerintah daerah Sleman, Yogyakarta. Podcast mampu membangun citra positif di hadapan publik, serta menjadikan para pengelola podcast amikomjogja dalam membuka peluang kerjasama melalui *Memorandum of Understanding (MoU)* serta pelatihan kepada pihak relasi. Hal ini menjadi nilai tambah bagi public relations Universitas Amikom Yogyakarta karena dapat mengikuti serta merealisasikan perkembangan teknologi dan informasi melalui media baru podcast sebagai media informasi sekaligus hiburan kepada publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian ini digunakan untuk meneliti objek ilmiah dengan menjadikan peneliti sebagai kunci instrumen. Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana data yang dikumpulkan tidak menggunakan data statistik. Tetapi pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan data, analisis, yang kemudian ditafsirkan. Peneliti dalam penelitian ini terlibat langsung dalam pengamatan peristiwa/objek penelitian dan melakukan wawancara dengan pihak terkait untuk menganalisis serta menjelaskan fenomena secara lebih mendalam. Pemahaman yang mendalam, yaitu penelitian itu tidak akan mungkin dilakukan tanpa pengamatan dan wawancara secara langsung. Fenomena dibahas dan disertai dengan deskripsi, penjelasan serta validasi dengan nilai ilmiah yang faktual dan aktual (Ramdhan, 2021).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan observasi partisipan, dimana peneliti terlibat baik diluar maupun didalam penelitian. Dalam observasi partisipan, peneliti berpartisipasi dalam aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh lembaga. Maka dalam penelitian ini data yang akan diperoleh merupakan hasil wawancara dan observasi partisipatif, serta data yang sudah terkumpul akan dianalisis dan diinterpretasi sesuai dengan apa yang telah ditemukan di lapangan.

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti juga mengambil data sekunder dan primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari peneliti dari sumber data. Peneliti melakukan wawancara dengan informan yang memiliki keterlibatan langsung dalam penelitian, karena informan merupakan narasumber yang memahami akar permasalahan atau topik yang diangkat (Kapriadi & Irwansyah, 2020). Sebelum melakukan wawancara, peneliti akan menentukan kriteria informan dengan menggunakan teknik sampling purposive. Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel atau sumber penelitian dalam penelitian kualitatif dengan menentukan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini memiliki beberapa kriteria penentuan informan, yaitu :

1. Informan telah bekerja selama lebih dari 5 tahun di Humas Universitas Amikom Yogyakarta dan Informan ikut aktif dalam pengelolaan konten podcast Amikomjogja
2. Informan merasakan dampak dari podcast Amikomjogja sehingga menjalin kerja sama serta melakukan pelatihan.

Berdasarkan kriteria diatas terdapat 2 responden yang menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu :

Tabel 1. Profil Informan Utama

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|---------------------------------|---|
| 1. | Rona Guines Purnasiwi, S.Kom | Staf Direktorat Kehumasan dan Urusan Internasional & Manager Podcast Amikomjogja |

Tabel 2. Profil Informan

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|---|---|
| 1. | Moch Iwan Rivdijanto, S.E., M.M., Ak | Kepala Balai Diklat Pelatihan Keuangan Negara Yogyakarta |

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini, menggunakan literatur yang berasal dari internet, buku dan jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diambil peneliti yaitu mengenai Aktivitas *Public Relation* Universitas Amikom Yogyakarta dalam meningkatkan citra melalui media digital podcast Amikomjogja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalin hubungan yang baik antara *public relation* dan publik harus memiliki kesan yang baik dalam hubungan pekerjaan maupun dalam hubungan pribadi. Kegiatan *public relation* yang selalu berhubungan dengan publik, tentunya harus memiliki hubungan dengan media yang menjadi konsumsi bagi publik pada era modern ini. Dengan perkembangan di era modern juga menuntut *public relation* untuk lebih proaktif dalam membangun relasi melalui media khususnya media digital. Memanfaatkan peran media digital dalam suatu lembaga atau organisasi merupakan ujung tombak dalam membangun citra yang positif. Salah satu cara Universitas Amikom Yogyakarta dalam menjalin hubungan kerjasama dan hubungan dengan publik dengan melakukan pendekatan melalui media digital. Pendekatan yang dilakukan melalui media digital bisa bersifat formal dan informal, dimana menjalin hubungan baik dengan media digital sebagai institusi sama pentingnya menjalin hubungan baik dengan publik. Media digital yang saat ini digunakan oleh *public relation* Universitas Amikom Yogyakarta menggunakan media digital podcast, dimana podcast menjadi salah satu media baru pada era modern saat ini. Untuk mengetahui aktivitas yang telah dilakukan *public relation* Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempertahankan citra melalui media digital, peneliti melakukan wawancara dengan informan utama yaitu Rona Guines Purnasiwi, S.Kom selaku Staf Direktorat Kehumasan dan Urusan Internasional sekaligus Manager Podcast Amikomjogja.

"Tercetusnya ide podcast tentu saja dengan adanya podcast kita lebih mudah dalam menyampaikan informasi dan juga pengetahuan. Dan pada saat itu bertepatan dengan pandemi covid-19 yang membuat kita mikir bagaimana caranya kita tetap bisa sosialisasi memberikan informasi terkait Amikom, selain itu podcast juga bisa dijadikan sebagai media untuk mengadakan pelatihan, seminar dan webinar kepada mahasiswa Amikom maupun publik."

Podcast Amikomjogja berdiri pada tanggal 21 Januari 2021, Pandemi Covid-19 mendorong *public relations* Amikom untuk menjadikan Podcast sebagai sarana marketing yang memberikan informasi kepada para civitas amikom dan masyarakat secara informatif, edukatif dan memberikan hiburan pada setiap konten yang dibuat. Pada dasarnya podcast merupakan rekaman audio yang biasanya ditayangkan melalui aplikasi seperti *apple music* dan

spotify yang dapat didengarkan dimana saja dan kapan saja, dan pesan yang disampaikan berupa informasi atau hanya sekedar hiburan untuk para pendengarnya. Hal ini membuat *public relations* Amikom tertarik untuk membuat konten podcast.



Gambar 4.1 Persentase Viewers Youtube Podcast AmikomJogja
sumber : Youtuber AmikomJogja

Sebagai salah satu media yang baru-baru saja muncul, pada awalnya podcast tidak langsung diterima oleh para audiens pada tahun 2020-2021. Namun seiring berjalannya waktu media podcast mulai diterima sehingga dapat menghasilkan konten yang dapat menarik mahasiswa serta audiens lainnya. Berdasarkan data dari Youtube Amikomjogja, menyatakan bahwa viewers pada tahun 2022 mengalami kenaikan yang sangat signifikan dengan 92.300 ribu penonton hingga bulan September 2022. Dengan adanya kenaikan views tidak terlepas dari konten yang kurang di minati oleh mahasiswa maupun masyarakat. Seperti konten podcast yang berjudul “Karya Mahasiswa Amikom “USMAN” Mendapatkan Juara I IOT Makers Creation 2020” yang dimana ini merupakan salah satu prestasi dari mahasiswa Amikom. Membawakan suatu informasi dengan pemilihan kata yang dikemas dengan menggunakan bahasa yang harus diperhatikan, merupakan tugas dari *public relations* dalam menggiring persepsi pada setiap konten yang di tampilkan oleh podcast Amikomjogja khususnya terkait prestasi yang menjadi suatu nilai tersendiri untuk Universitas Amikom Yogyakarta dalam menarik kepercayaan publik. Terlepas dari konten prestasi podcast Amikomjogja juga menampilkan kepopuleran mahasiswa pada konten podcast yang berjudul “Klarifikasi Rei – Part 1” yang berhasil menjadi views tertinggi, dengan 14,522 views yang melihat konten tersebut. Konten ini dapat dikatakan menjadi salah satu konten viral di podcast Amikomjogja. Karena dapat mendatangkan *influencer* Tiktok yang merupakan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dengan followers 3 juta di akun media sosial. Hal ini menjadikan konten

podcast Amikomjogja dikemas dengan santai dan menjadi media hiburan bagi mahasiswa Amikom dan publik, hal ini menjadi salah satu tantangan bagi Universitas Amikom Yogyakarta untuk terus berkreasi dalam membuat konten edukatif melalui podcast serta secara tidak langsung lembaga dituntut untuk mengikuti perkembangan komunikasi agar mempermudah komunikasi lembaga dengan publik, serta sifat media online yang fleksibel dan dinamis dapat membantu *public relations* Amikom Jogja untuk menjalankan program kerja.



Gambar 4.2 Konten Podcast Amikomjogja

Sumber : Youtube Amikomjogja

Terlihat bahwa media digital podcast menjadi media baru yang memiliki dampak terhadap kegiatan kehumasan di Universitas Amikom Yogyakarta, dimana podcast menjadi media sarana informasi yang praktis. Podcast memberikan ide kepada Universitas Amikom Yogyakarta untuk mengemas dan menyampaikan informasi yang dapat diterima dengan mudah oleh mahasiswa dan publik dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Dengan konsep podcast Amikomjogja yang santai namun memiliki manfaat dan ilmu yang dapat podcast juga dijadikan sebagai sarana marketing Amikom secara *soft selling*. Dengan mengundang pembicara-pembicara konten kreator, gamers, ataupun praktisi agar podcast Amikom jogja tidak hanya diketahui oleh calon mahasiswa atau mahasiswa Amikom namun dapat didengar oleh seluruh masyarakat Indonesia. Terlepas dari media sarana informasi podcast juga memiliki peran dalam mengoptimalkan kinerja *public relation* Universitas Amikom Yogyakarta.

“Tentu saja podcast mengoptimalkan kinerja humas, karena dari yang sekedar menyampaikan informasi melalui media sosial seperti instagram, twitter, tiktok, dan facebook dengan adanya podcast tentu menambah banyaknya konten di youtube Amikomjogja. Dan kita juga sering streaming terkait kegiatan rektorat dan lembaga dengan ini membuat humas dapat menjalankan kerja sama dengan pihak eksternal serta memberikan pelatihan kepada lembaga pemerintahan terkait media podcast.”

Dengan bahasa dan penyampaian yang terlihat lebih santai dengan menggunakan bahasa sehari-hari membuat podcast semakin dilirik oleh masyarakat. Tidak hanya dari kalangan artis namun lembaga-lembaga pendidikan maupun pemerintahan pada saat ini kerap kali menggunakan podcast sebagai media informasi untuk lebih dekat dengan publik dalam menyampaikan suatu informasi. Hal ini yang menjadikan lembaga pemerintahan seperti Balai Diklat PKN Yogyakarta, Kementerian Agama Bantul, KPU Yogyakarta yang berkunjung ke Universitas Amikom Yogyakarta untuk sekedar mencari informasi dan melakukan pelatihan terkait podcast. Dengan adanya ketertarikan dari lembaga pemerintahan tentu saja membantu *public relation* untuk menjalin kerja sama dengan lembaga terkait. Lembaga pendidikan tidak hanya harus membangun relasi dengan siswa dan publik saja, tetapi dengan adanya jalinan kerja sama dengan beberapa lembaga pemerintahan akan memperkuat kepercayaan serta membentuk citra positif Universitas Amikom Yogyakarta di mata publik. Untuk mengetahui dampak dari podcast Amikomjogja, peneliti melakukan wawancara dengan informan yaitu, Moch Iwan Rivdijanto selaku Kepala Balai Diklat Pelatihan Keuangan Negara Yogyakarta :

"setelah berkunjung ke Amikom pada bulan Juli 2021, yang membuat kami ingin berkunjung ke Amikom karena Amikom merupakan barometer dalam dunia digitalisasi terkhususnya bidang podcast. Karena Balai Diklat PKN sebenarnya memiliki peralatan podcast namun kami belum mengetahui bagaimana cara mengembangkannya sehingga membuat kami ingin belajar ke Amikom dan mengundang Amikom untuk memberikan pelatihan terkait podcast"



Gambar 4.3 Podcast Balai Diklat PKN Yogyakarta

Sumber : Youtube Balai Diklat PKN Yogyakarta BPK RI Official

Memanfaatkan peran media dalam suatu lembaga merupakan strategi untuk membangun citra yang positif terhadap lembaga. Seperti cara yang dilakukan oleh *public relations* Universitas Amikom Yogyakarta dengan menjalin hubungan kerja sama melalui media digital podcast. Pendekatan yang dijalin melalui media digital dapat bersifat formal maupun informal, menjalin hubungan melalui media digital sama dengan menjalin hubungan baik dengan publik. Citra lembaga merupakan salah satu peran penting bagi setiap masyarakat untuk memilih tempat pendidikan, citra merupakan suatu gambaran mengenai kelompok, perusahaan atau instansi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan selama ini. Citra menggambarkan suatu kemauan dan kemampuan dalam melakukan berbagai kegiatan seperti tanggung jawab sosial, dengan memunculkan berbagai macam prestasi seperti prestasi yang diperoleh oleh mahasiswa ataupun civitas akademika Amikom dan dengan memuat informasi terkait aktivitas mahasiswa serta dosen melalui siaran live podcast yang bertujuan agar publik sadar akan perkembangan yang terjadi di lingkungan kampus. Tujuan Universitas Amikom Yogyakarta menyiarkan segala informasi melalui podcast yang dikemas dengan konsep *caring culture* agar dapat meningkatkan citra Amikom di masyarakat, karena secara tidak langsung pengakuan positif dari publik merupakan suatu hal yang penting bagi Amikom.

"image dari podcaxt Amikomjogja untuk Universitas Amikom Yogyakarta tentu saja ingin membuat Amikom terlihat dekat dengan mahasiswa, image yang ingin ditanamkan bahwa kuliah tidak menyneramkan dengan menghapus mitos bahwa kuliah itu seram, berat dengan cara mengundang pimpinan, dosen, serta mahasiswa Amikom untuk menjelaskan dengan gaya yang easy listening"

Citra Universitas Amikom Yogyakarta dapat dikatakan sesuai dengan apa adanya jika para civitas Amikom dapat merasakan citra yang telah terbentuk di media digital. Media digital bukan saja sebuah citra bayangan (*mirror image*) dimana citra yang dibentuk oleh pihak internal mengenai pandangan pihak eksternal yang bersifat menimbulkan spekulasi yang tidak tepat bertolak belakang dengan citra yang telah dibentuk oleh Amikom. *Mirror image* yang dihasilkan oleh Podcast Amikomjogja adalah gambaran yang terjadi dalam lingkungan amikom seperti *caring culture* yang mencerminkan terkait budaya yang ada di Amikom, dimana mahasiswa tidak memiliki batasan yang terlalu jauh agar ilmu yang diberikan oleh dosen dapat dengan mudah diterima oleh mahasiswa. Serta citra budaya kompetisi yang tidak hanya terkait dari akademik saja, tetapi Universitas amikom Yogyakarta juga menghargai setiap karya-karya non akademik yang dihasilkan oleh mahasiswa seperti melalui kompetisi games. Citra yang diharapkan (*wished image*) merupakan citra yang diinginkan oleh

manajemen, dimana mahasiswa dan seluruh civitas Amikom dapat merasakan gambaran positif sesuai dengan yang sudah dibangun di media digital. Dengan adanya podcast Amikomjogja seluruh publik dapat mengenal lebih dekat terkait lingkungan serta aktivitas yang ada di Universitas Amikom Yogyakarta melalui media. Secara tidak langsung podcast Amikomjogja mampu membentuk citra Amikom sebagai lembaga pendidikan berbasis digital dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di kalangan mahasiswa. Podcast Amikomjogja dianggap berhasil untuk menarik perhatian publik, dengan mengedapkan konsep sharing caring kepada setiap narasumber. Tidak hanya membahas terkait perkembangan yang ada di Amikom namun podcast Amikomjogja juga menayangkan *culture* yang diterapkan di lingkungan Universitas, sehingga hal tersebut dapat membentuk citra Universitas Amikom Yogyakarta tidak hanya di kalangan calon mahasiswa namun juga lembaga pemerintahan yang ada di Yogyakarta.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam memilih media bagi *public relations* sangat mempengaruhi khalayak dalam hasil proses komunikasi sesuai dengan target yang ditentukan. Dalam konteks ini, peneliti melihat Universitas Amikom Yogyakarta menjadikan media digital podcast sebagai media komunikasi dengan publik yang sekaligus menjadi tujuan untuk memperkuat citra positif di kalangan publik. Penggunaan media digital podcast berdampak baik bagi lingkungan *internal* maupun *eksternal* Amikom, *public relations* Universitas Amikom Yogyakarta, dengan menggunakan media digital podcast untuk memberikan *awareness* serta membentuk citra lembaga kepada masyarakat. Citra yang dibentuk oleh podcast Amikomjogja mampu memberikan gambaran terkait Universitas Amikom Yogyakarta secara lebih dekat melalui media digital. Dimana publik dapat merasakan *culture* serta mengikuti perkembangan lembaga. Penggunaan media digital podcast dilakukan secara optimal sehingga berdampak pada peningkatan kerja sama antar lembaga pemerintahan dan meningkatkan citra positif terhadap amikom dari sisi digitalisasi. Selain itu podcast Amikomjogja juga menimbulkan rasa kepercayaan kepada pihak relasi untuk menjadikan podcast Amikomjogja sebagai tempat pelatihan mengenai Podcast. Secara tidak langsung podcast Amikomjogja membantu dalam pengoptimalan kinerja dari *public relations* selain dari bidang kerja sama, podcast Amikomjogja menjadi wadah media *relations* bagi Universitas Amikom Yogyakarta.

Selain itu *public relations* Universitas Amikom Yogyakarta sebaiknya untuk menjaga konsistensi dari setiap konten podcast Amikomjogja, agar informasi mengenai Amikom terus berkembang di kalangan mahasiswa dan publik. *Public relations* Amikom juga harus melakukan pengembangan SDM dalam pengelolaan media digital podcast untuk mendukung

kelancaran publikasi informasi. Karena dalam penyebaran informasi diperlukan kelayakanatas informasi yang akan disebar, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan konsistensi kontek podcast Amikomjogja

DAFTAR PUSTAKA

- Adyatma Maulana Wiryawan & Razie Razak. (2021). *Analisis Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra PT Pos Indonesia (Persero)*, 7524 - 7526.
- Azzahra, S. N. (2022). Skripsi Sarjana, Universitas Islam Riau. *Pemanfaatan Media Sosial Pada Aktivitas Digital Public Relations dalam Meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau* , 33-34.
- Bella Chitra & Roswita Oktavianti . (2019). Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara. *Strategi Digital Public Relation Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (STudi Podcast Buo Budjang)*, 534 - 536.
- Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwar, Herru Prasetya Widodo. (2017). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana TunggaDewi*, 34-35.
- Muhammad Irchas Ilham Falah & Aditya Chandra Setiawan . (2022). *Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19* , 74.
- Prof. Dr. H. Soeganda Priyatna, MM & Dr, Sutrisno, S.Sos, M.Si . (2021). *Jurnal Ilmiah. Studi Fenomena Pengguna Podcast Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung*, 13-14.
- Seniwati, Siti Harmin, M.Si, Hasriyan Amin. (2016). *Public Relation dalam Membangun Citra Positif. Peran Public Relations dan Media Relation dalam Membangun Citra Positif Hotel Grand Clarion Kendari*, 8 - 10.
- University, B. (2017, 09). *Media Relations Sebagai Konsistensi Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Retrieved from Binus University; binus.ac.id
- Yosua Jefri Apriananta & Lina Sinatra Wijaya , (2018). *Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi . Penggunaan Website dan Media Sosial dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi* , 190 - 203.
- Zon Vanel, Lina Sinatra Wljaya, George Nicholas Huwae . (2022). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Media Digital Sekolah*, 29.
- Seniwati, Siti Harmin, Hasriyani Amin. (2020). *Jurnal Ilmu Komunikasi . Peran Public Relation dan Media Relation dalam Membangun Citra Positif Hotel Grad Clarion Kendari*, 8-9.
- Muhammad Irchas Ilham Falah & Aditya Chandra Setiawan . (2022). *Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19* , 74.



Lampiran 1. Letter Of Acceptance (LOA)

AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi
ISSN : 2746-654X (online) ISSN : 2746-6558 (cetak)
Available online at: <http://ejournal.amikompuwidyadarmasurabaya.ac.id/index.php/AGUNA>

Published by
UNIVERSITAS WIDYADARMASURABAYA

HOME ABOUT USER HOME CATEGORIES SEARCH EDITOR ARCHIVES

Home » Notifications

NOTIFICATIONS

You have 0 unread notifications and 2 read notifications. [Click here](#) to change your notification settings.

- 10 Jan 2022 01:21:42**
e-publis has been modified for "aktivitas media sosial pada universitas amikom yogyakarta (dalam perspektif city media media digital) pada AMIKOM06032".
Go To URL: [Details](#)
- 10 Jan 2022 00:15:54**
An issue has been published.
Go To URL: [Details](#)

ISSN: 2746-654X

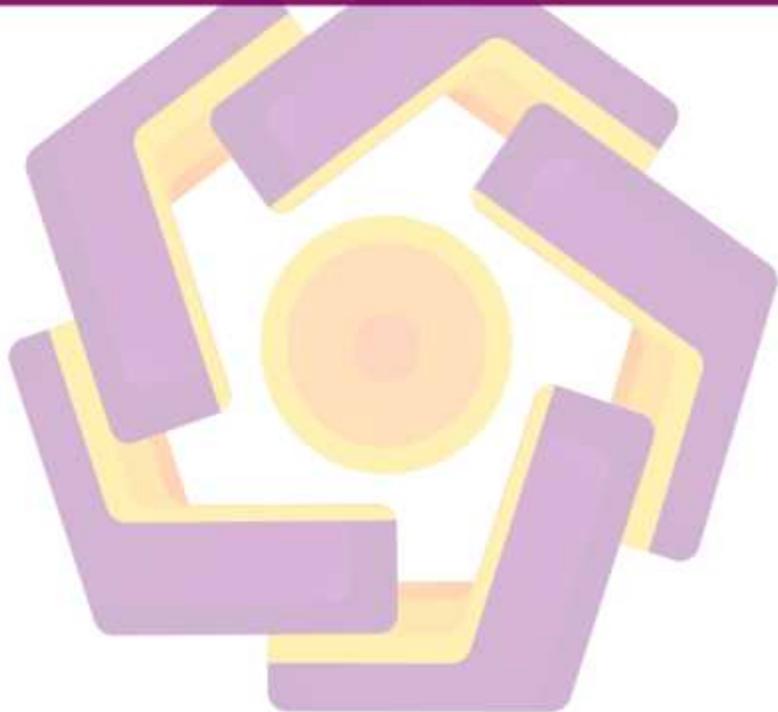
CHECK MENU
Template Aguna
Editorial Board
Peer Review

HOME
You are logged in as...
My Account
My Profile
Log Out

NOTIFICATIONS
View Message

JOURNAL CONTENT
Search

Lampiran 2. Cover/Sampul Depan Jurnal



HOME ABOUT JOURNAL EDITORS CONTACT SUBMIT LOGIN ARCHIVE

AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi
ISSN : 2746-854X (online) ISSN : 2746-8558 (cetak)
Available online at: <http://ejournal.uinikomputerwidyadarmas.ac.id/index.php/AGUNA>

Universitas Jember

Home » Archives » Vol. 4, No. 1

VOL. 4, NO.1
JANUARI 2023

TABLE OF CONTENTS :

ARTICLES

| | |
|--|-------|
| Strategi Komunikasi Promosi Program Studi Pendidikan Matematika di Universitas PGRI Semarang | 1-11 |
| Studi Perilaku | 1-22 |
| 44 Tahun KEMRI: Refleksi Perjalanan, Tantangan, dan Harapan | 12-18 |
| Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pandemi COVID-19 | 19-25 |
| Strategi Komunikasi Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik | 26-32 |
| Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pandemi COVID-19 | 33-39 |
| Strategi Komunikasi Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik | 40-46 |
| Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pandemi COVID-19 | 47-53 |
| Strategi Komunikasi Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik | 54-60 |
| Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pandemi COVID-19 | 61-67 |
| Strategi Komunikasi Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik | 68-74 |
| Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pandemi COVID-19 | 75-81 |

© 2023. All rights reserved.

RECENT ARTICLES

Available Online
Editorial Board
Peer Review

EDITOR

Universitas Jember
Jember, Indonesia
E-mail: editor@u-jember.ac.id

EDITORIAL BOARD

Universitas Jember
Jember, Indonesia
E-mail: editor@u-jember.ac.id

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

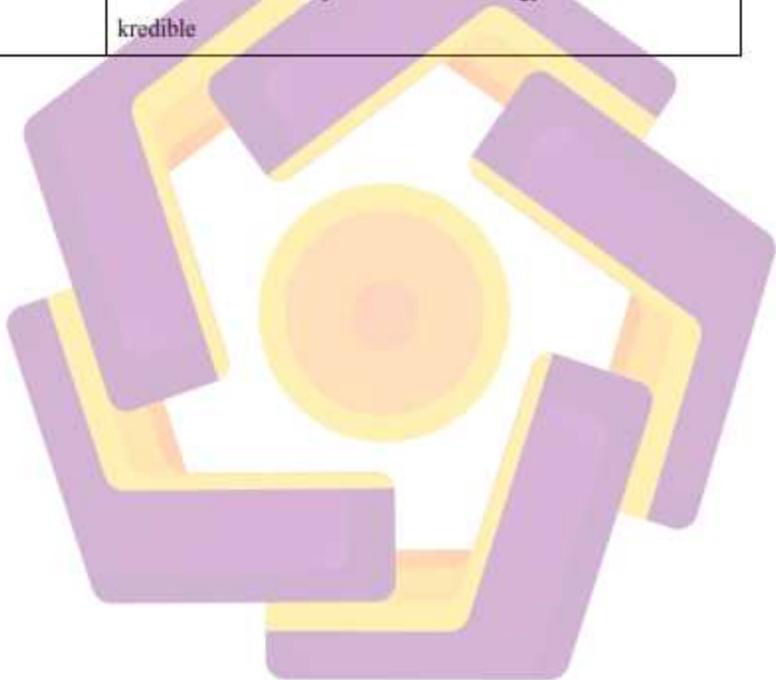
Nama Informan : Elizabeth Diah Permata

Tanggal : 21 November 2022

| | Materi Wawancara |
|----------|--|
| Peneliti | Sudah berapa lama Ibu Rona bergabung di Humas Universitas Amikom Yogyakarta? |
| Informan | Beliau bergabung di Humas Amikom Yogyakarta sudah 7 Tahun tepatnya sejak Maret 2015. |
| Peneliti | Apa yang membuat Humas Amikom Yogyakarta menjadikan Podcast sebagai media informasi? |
| Informan | Awal dari podcast di Humas Amikom Yogyakarta sendiri waktu itu kebetulan terhalang dengan adanya wabah dan disituasi pandemi maka tercetusnya ide untuk membuat podcast sebagai sarana media informasi karna dengan adanya podcast ini Humas Amikom Yogyakarta juga lebih mudah dalam menyampaikan media informasi, tidak hanya itu saja karna dengan adanya podcast Humas Amikom Juga tetap bisa melakukan sosialisasi, sharing dengan mahasiswa, dan webdinar. |
| Peneliti | Apakah podcast mengoptimalkan kinerja Humas Amikom Yogyakarta ? |
| Informan | Tentu saja sangat mengoptimalkan karna dengan adanya podcast menambah banyak konten dari youtube Amikom Yogyakarta. Podcast juga sering membantu bagian-bagian dan unit di Amikom terkait streaming dan live talk show. |
| Peneliti | Dampak apa yang dihasilkan dari podcast di Universitas Amikom Yogyakarta? |
| Informan | Tentu saja dampak positif, karna dengan adanya podcast jadi banyak membuat konten dan beragam, dan menyediakan atau menjadikan wadah untuk mahasiswa maupun dosen untuk berkarya. Selain itu adanya podcast juga menambah suscriber, followers, dan relasi. |

| | |
|----------|--|
| Peneliti | Berapa Lembaga yang tertarik untuk Pelatihan dengan Podcast Amikom Yogyakarta? |
| Informan | Lembaga yang tertarik untuk pelatihan dengan Amikom Yogyakarta sangat banyak diantaranya adalah Komisi Pemilihan Umum seperti KPU DIY, KPU Gunung Kidul, sampai Balai Diklat PKN dan kementerian yang ada di daerah Yogyakarta |
| Peneliti | Apa yang membuat podcast Amikom Yogyakarta Berbeda dari media lain dalam menyampaikan informasi kepada publik? |
| Informan | Untuk Podcast Amikom Yogyakarta sendiri berkonsep soft selling yang pada awalnya dipuntuk menambah views dan konten Amikom Yogyakarta, selain itu juga memiliki goals untuk menambah mahasiswa. Podcast Amikom ini juga tidak hanya diperuntukan mahasiswa baru maupun mahasiswa Amikom saja tapi juga bisa didengarkan masyarakat yang tentunya bermanfaat. |
| Peneliti | Apakah podcast adalah salah satu strategi Humas untuk mempertahankan citra dari Amikom? |
| Informan | Tentu saja karna kita juga harus menyadari ketika mau marketing atau menambah kesuksesan di dalam perusahaan terutama kampus kita harus mengikuti tren saat ini. |
| Peneliti | Image apa yang dibentuk oleh Podcast Amikom Yogyakarta untuk universitas? |
| Informan | Image dari podcast Amikom Yogyakarta adalah Ingin membuat Amikom terlihat lebih dekat dengan mahasiswa, dan menanamkan bahwa Kuliah itu tidak seseram yang di bayangkan seperti dosen itu tidak seseram yang di bayangkan, skripsi juga tidak sesulit yang di bayangkan. |
| Peneliti | Bagaimana cara Universitas Amikom Yogyakarta membentuk kredibilitas dan membuat publik yakin atas kredibilitas tersebut? |
| Informan | Untuk kredibilitas sendiri dari Humas Amikom memang tidak |

ada Sertifikasi tapi melihat dari kepuasan tamu-tamu yang berkunjung di Amikom Yogyakarta, dari views yang lumayan, serta kepercayaan beberapa rekan yang sudah pernah berkunjung ke Amikom Yogyakarta sehingga kembali lagi melakukan kunjungan lagi. Dengan adanya podcast ini banyak yang melakukan kunjungan dikarenakan ada podcast, jadi selain ingin tahu tentang Universitas Amikom Yogyakarta juga ingin belajar tentang podcast dan melihat hasil karya dari Universitas Amikom Yogyakarta. Dari hal tersebut mungkin sudah bisa membuktikan bahwa podcast Amikom Yogyakarta sudah kredible



TRANSKIP REKANAMAN WAWANCARA

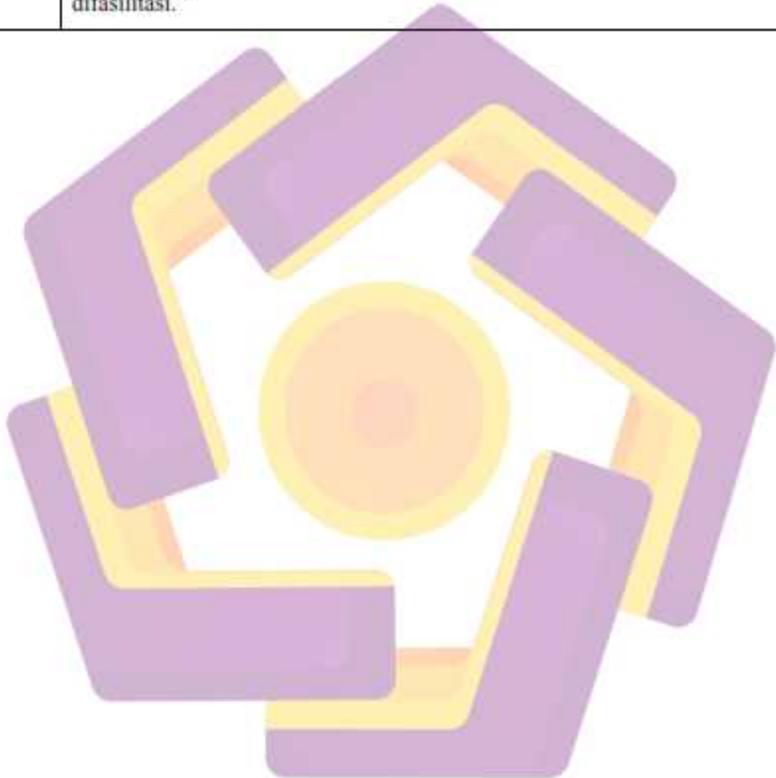
Nama Informan : Moch Iwan Rivdijanto, S.E., M.M., Ak

Tanggal Wawancara : 11 November 2022

| Materi Wawancara | |
|------------------|---|
| Peneliti | "Sudah berapa lama Balai Diklat PKN YK bekerja sama dengan Universitas Amikom Yogyakarta" |
| Informan | <p>"Tahun lalu ya 1 tahun yang lalu itu sudah pernah ke amiko waktu itu kepala pusat akademik dan teknologi pembelajaran bapak Susanto serta beberapa stafnya diantaranya yang melihat karena kita kan baru beralih nih beralih ke tingkat itu menjadi Corpore University yang diantaranya itu baru mengembangkan pembelajaran secara digital nah kemudian setelah dari Kebetulan saya kan baru juga ini baru sekitar 7 bulan 7 bulan di sini saya juga bulan saya mulai itu bulan April setelah lebaran itu kira-kira kami itu ke Amikom untuk ya save visit sekaligus kunjungan ke sana untuk ya bisa melihat karena kami melihat Amikom itu kan salah satu Barometer ya dalam pembelajaran dalam hal yang terkait digitalisasi atau multimedia. Jadi kami menganggap bahwa kita berkunjung ke sana itu sekaligus untuk menimba ilmu bagaimana mengelola pembelajaran bagaimana mengelola multimedia termasuk diantaranya podcast, karena salah satu yang menjadi tujuan bersama itu adalah kami ingin mengembangkan potensi terkait podcast. Kami belum bisa memanfaatkan karena belum tahu ilmunya jkami ke Amikom dulu kunjungan sekaligus kerjasama hingga kami undang Humas Amikom khususnya tim podcast untuk memberikan pelatihan bagaimana cara untuk mengembangkan podcast di Balai Diklat PKN YK"</p> |
| Peneliti | "Apa yang membuat Balai Diklat PKN YK tertarik untuk bekerjasama dengan Podcast Amikom Yogyakarta" |
| Informan | <p>jadi setelah berkunjung ke Amikom ternyata respon dari Amikom sangat baik. Dimana kami bisa langsung bertemu dan berbincang langsung dengan pak Erik. Menurut saya Amikom itu selain lembaga pendidikan juga banyak memproduksi media-media atau digitalisasi seperti ada tv-nya ada radionya ada podcastnya yang sehingga membuat kita sangat tertarik. Respon yang kedua adalah adanya kerjasama pelatihan waktu itu pelatihan yang</p> |

| | |
|----------|---|
| | <p>diselenggarakan di bulan Agustus ya Nah di situ kami ingin belajar podcast itu mulai dari Pra Produksi kemudian Produksi sampai jadi tim marketing dan publish. Sampai akhirnya setelah pelatihan kami membuat tim untuk konten podcast Balai Diklat PKN Yk dimana ini sangat membantu karena kita lembaga pemerintah kami dapat mengedukasi dan memberikan konten-konten positif untuk masyarakat melalui konten podcast. Terbukti dengan subscribe dan views yang bertambah dikarenakan adanya konten podcast membuat kami percaya bahwa podcast merupakan salah satu media baru yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi dengan konsep yang lebih santai walau serius.”</p> |
| Peneliti | <p>“Apa yang memotivasi Balai Diklat PKN YK untuk membuat podcast dan dampak apa yang sudah dirasakan?”</p> |
| Informan | <p>“Alhamdulillah terbukti peserta pelatihan ini sangat antusias ya dibanding kalau sebelumnya Kalau tahun kemarin kan bisa kita lihat profit ya, tetapi juga pada tahun sebelumnya kita masih belum melakukan strategi pemasaran ya artinya belum memahami seperti saat ini adanya podcast. Nah sekarang ini ada lonjakan pesertanya sangat tinggi jadi selama dari bulan Juli ya sampai bulan November ini setiap hampir setiap minggu lah ada pelatihan terus dan pesertanya sangat banyak dan itu juga ditunjang dengan adanya konten podcast itu dan konten konten podcast yang kita publish itu lumayan ya artinya viewernya kemudian yang like dan sebagainya juga cukup banyak”</p> |
| Peneliti | <p>“Bagaimana citra yang dihasil oleh Amikom melalui Podcast Amikomjogja?”</p> |
| Informan | <p>“Bagaimana citra yang dihasilkan Amikom seperti yang tadi saya sampaikan dimana kami kan berguru ke Amikom karena podcastnya mulai dari bagaimana produksinya bagaimana menjangir pasarnya dan kalau Balai Diklat lebih nyasar ke pegawai tetapi sebenarnya secara konsep kita itu meniru Jadi bagaimana proses itu supaya memberikan Citra yang menarik ya. Dan amikom merupakan kampus yang berhasil untuk mengembangkan podcast hingga dapat mendatangkan relasi tidak hanya didunia pendidikan namun instansi pemerintahan dapat melirik podcast amikom yang dimana kampus amikom terkenal sebagai kampus yang berbasis digital. nah ini ini menjadi bagian jadi tolak ukurlah Bagaimana supaya citra kami sama seperti Amikom. Citra Amikom itu juga menjadi lebih positif ya dengan adanya konten konten</p> |

podcast. Juga konten podcast yang mengundang influencer tiktok yang merupakan mahasiswa amikom, membuktinya kontribusi dari amikom sendiri untuk memberikan apresiasi tidak hanya di kuliah atau materi-materi tentang pembelajaran saja tapi juga mendukung dan memberikan fasilitas mahasiswa untuk bisa menunjukkan karyanya melalui content creator tersebut. Menjadikan amikom memiliki wawasan yang lebih luas dan memberikan gambaran bahwa selain mendapatkan ilmu tapi secara praktikal ya praktikal juga didukung dan difasilitasi.”



Lampiran 4. Dokumentasi

