

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 menunjukkan 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

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

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

(Elizabeth Diah Permata, Erik Hadi Saputa)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

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.

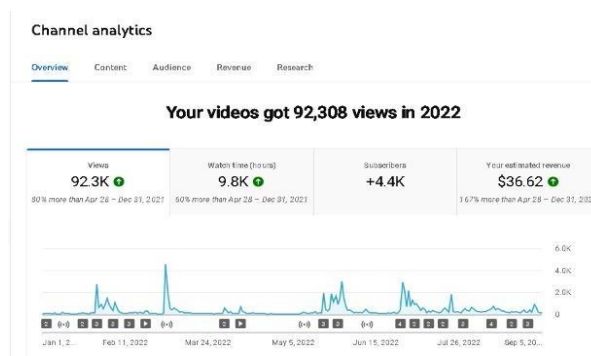
HASIL DAN PEMBAHASAN

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

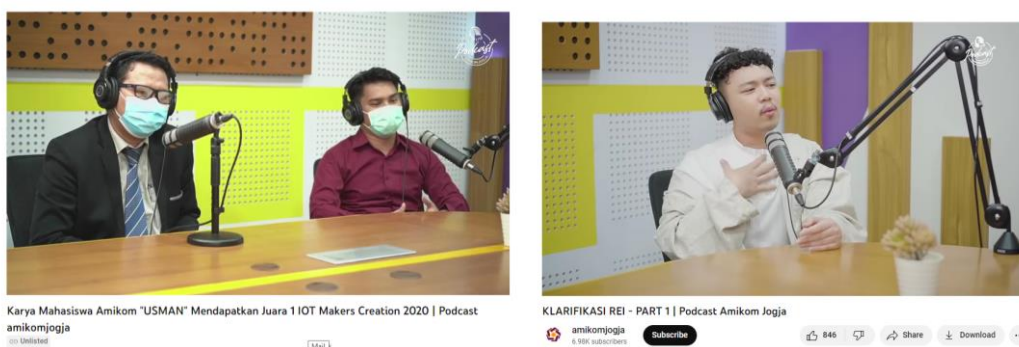
yang memberikan informasi kepada para civitas amikom dan masyarakat secara informatif, edukatif dan memberikan hiburan pada setiap konten yang dibuat. Pada dasarnya podcast merupakan rekaman audio yang biasanya ditayangkan melalui aplikasi seperti *apple music* dan *spotify* yang dapat didengarkan dimana 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 diminati oleh mahasiswa maupun masyarakat. Seperti konten podcast yang berjudul “Karya Mahasiswa Amikom “USMAN” Mendapatkan Juara 1 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 ditampilkan 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

T

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

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

(Elizabeth Diah Permata, Erik Hadi Saputa)

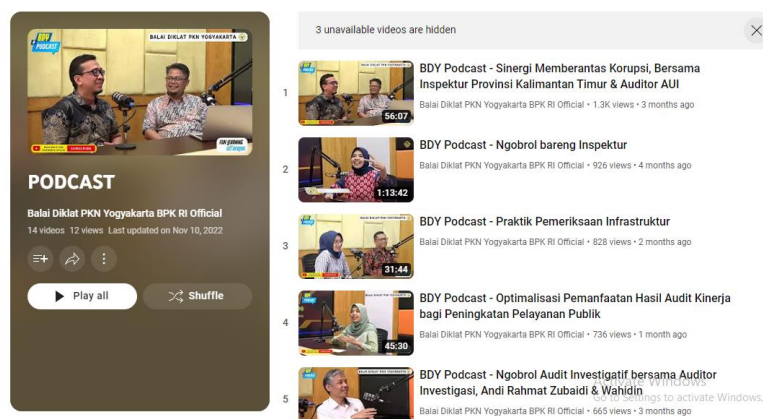
<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

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 podcats 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 podcast Amikomjogja untuk Universitas Amikom Yogyakarta tentu saja ingin membuat Amikom terlihat dekat dengan mahasiswa, image yang ingin ditanamkan bahwa kuliah tidak menyieramkan 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. 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 secara tidak langsung mampu membentuk citra Amikom sebagai lembaga pendidikan berbasis digital. Podcast Amikomjogja dianggap berhasil untuk menarik perhatian publik, dengan mengedapkan konsep sharing

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

(Elizabeth Diah Permata, Erik Hadi Saputa)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

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. 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.

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 kelayakan atas informasi yang akan disebar, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan konsistensi kontek podcast Amikomjogja

REFERENSI

Adyatma Maulana Wiryawan & Razie Razak. (2021). *Analisis Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra PT Pos Indonesia (Persero)*, 7524 - 7526.

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

(Elizabeth Diah Permata, Erik Hadi Saputa)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

- 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 WIjaya, 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.