

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Virus Covid-19 muncul di Wuhan, Cina pada akhir tahun 2019. Virus ini disebabkan oleh Coronavirus 2 (SARS-CoV-2), virus ini sendiri dapat menyebabkan orang yang terjangkit akan mengalami gangguan pernafasan akut. (Shereen, Khan, Kazmi, Bashir, & Siddique, 2020). Virus ini telah menyebar ke banyak negara dan menginfeksi ribuan orang. Menurut data yang dilansir oleh WHO (World Health Organization) pada tanggal 3 Januari 2020 pada pukul 18.30 CEST (Central European Summer Time) Covid-19 di Indonesia terdapat 3.372.374 kasus yang terkonfirmasi dengan angka kematian 92.311 jiwa.

Adanya pandemi ini membuat banyak negara menerapkan kebijakan lockdown, quarantine, social distancing dan beberapa larangan berskala besar. (Atalan, 2020). Kebijakan ini pun berpengaruh terhadap dunia pendidikan, dengan adanya pandemi ini instansi pendidikan terpaksa harus menutup atau menghentikan proses belajar mengajar secara tatap muka. (Anderson, 2020). Karena adanya kebijakan lockdown ini para mahasiswa menjadi yang terjebak di daerah perantauan mengalami kebingungan dan kesulitan mendapatkan bahan pangan karena beberapa warung mulai tutup (Padmaratri, 2020). Pandemi ini juga berpengaruh pada ekonomi masyarakat karena hampir seluruh sektor usaha ditutup untuk mencegah penyebaran pandemi Covid-19 menyebabkan penghasilan masyarakat menjadi menurun karena terbatasnya aktivitas (Purwanto, 2021). Pengaruh Covid-19

terhadap ekonomi juga menyebabkan mahasiswa merasa kesulitan dalam membayar UKT (Uang Kuliah Tetap) (Riski, 2020).

Katya yang merupakan mahasiswa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta pun merasakan kesulitan dalam hal finansial selama pandemi COVID-19. Hal ini dikarenakan pemasukan dari orang tua yang berkurang akibat diberlakukannya *work from home*, sedangkan dirinya terjebak diperantauan karena adanya *lockdown* serta biaya untuk tetap bertahan hidup diperantauan tetap sama seperti sebelum adanya pandemi. Ia juga mengharapkan adanya pengurangan biaya kuliah, karena menurutnya kuliah daring tidak menggunakan fasilitas yang ada di kampus. Hal yang hampir serupa pun di nyatakan oleh Dionisius yang juga merupakan mahasiswa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Dionisius pun menambahkan bahwa dirinya mengalami kesulitan untuk mencari makan karena banyak warung yang tutup dan tidak memungkinkan membeli bahan mentah untuk disimpan dalam jangka waktu yang lama karena tempat penyimpanan yang kurang memadai dalam menghadapi situasi *lockdown* yang diberlakukan oleh pemerintah.

Melihat permasalahan tersebut maka seorang public relations khususnya KHSP (Kantor Humas, Sekretariat dan Protokol) sebagai humas dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta harus melakukan sebuah tindakan. Tindakan itu menjadi penting karena mahasiswa merupakan stakeholder yang berkaitan dengan kampus, mahasiswa nantinya akan berperan penting dalam menentukan persepsi dari masyarakat terhadap universitas tersebut (Luqman,2013). Tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai *costumer relations*.

Costumer relations merupakan sebuah tindakan yang diambil oleh seorang humas untuk menjaga hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan pelanggan atau pengguna jasa dari organisasi tersebut, hal ini bertujuan untuk membentuk rasa percaya, loyalitas dan kepuasan dari pelanggan atau pengguna jasa dari organisasi tersebut.

Dalam jurnal yang berjudul “Aktivitas Public Relations Angkasa Pura II Dalam Menangani Pemberitahuan Negatif Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta” yang ditulis oleh Sarah Jessica dan Ayub Ilfandi pada tahun 2018. Dalam jurnal tersebut tertulis bahwa PT. Angkasa Pura melakukan aktivitas public relations dalam menghadapi permasalahan berdasarkan lima tahapan krisis untuk mengetahui daur hidup krisis, aktivitas tersebut menunjukkan bahwa PT. Angkasa Pura telah melaksanakan tanggung jawabnya terhadap stakeholder dan dapat mengetahui sejauh mana perkembangan krisis yang ada di masyarakat.

Dalam jurnal lain yang berjudul “Aktivitas Public Relations Di Mall Ciputra World Surabaya” yang ditulis oleh Monika Teguh, Priska Anandari dan Burhan Bungin pada tahun 2020. Dari jurnal tersebut kita mengetahui bahwa mall Ciputra World Surabaya untuk mencapai kesuksesan perusahaan membagi aktivitas public relationsnya menjadi tiga jenis yaitu corporate public relations, stakeholder relations dan marketing public relations. Jenis yang paling banyak diaplikasikan adalah jenis corporate public relations dan marketing public relations.

Dari kedua jurnal tersebut dapat diketahui bahwa aktivitas public relations dapat menunjang sebuah perusahaan atau organisasi dalam mengatasi masalah dan

mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu peneliti ingin melihat lebih jauh aktivitas public relations yang dilakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam menghadapi situasi pandemi Covid-19.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dituliskan maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana aktivitas public relations yang dilakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta dimasa pandemi Covid-19?”

C. Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apa saja aktivitas public relation yang dilakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta dimasa pandemi Covid-19.”

D. Manfaat Penelitian.

1. Akademis.

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah kajian yang berguna bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya aktivitas public relations. Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan membantu penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan aktivitas public relations.

2. Praktis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi public relations, serta dapat menjadi masukan bagi KHSP selaku humas dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

E. Kerangka Teori.

1. Public Relations.

J. C. Siedel dalam Wahyuningsih menyatakan bahwa public relations ialah sebuah proses secara terus menerus serta berkelanjutan dari manajemen sebuah organisasi atau perusahaan untuk mempertahankan nama baik dari stakeholdernya. Proses yang terjadi tersebut nantinya dianalisa untuk memperoleh kesan positif yang tidak merusak citra perusahaan atau organisasi tersebut (Wahyuningsih, 2013).

Rex Harlow dalam Nubatonis menyatakan bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang unik dari sebuah organisasi atau perusahaan untuk mendukung jalur komunikasi dengan publik. Jalur komunikasi ini berguna ketika manajemen mendapat masalah dan dapat digunakan untuk menghadapi opini yang ada dipublik (Nubatonis, 2015).

Dari pengertian tersebut penulis mendapat persamaan bahwa public relations merupakan fungsi manajerial dari sebuah organisasi atau perusahaan dalam mengontrol opini yang berkembang di masyarakat, diperlukan adanya perhitungan yang matang dalam menganalisa dan bertindak menghadapi sikap atau opini publik. Analisa tersebut dapat mempengaruhi tindakan yang akan dilakukan oleh organisasi dan menentukan kesan atau citra positif yang didapat oleh organisasi dari sudut pandang masyarakat atau stakeholder.

Bencana non alam penting dibahas oleh seorang public relations karena hal tersebut bisa dijadikan radar sosial, manajemen, sarana sosialisasi dan pengurangan ketidak pastian. Dengan adanya komunikasi yang baik dapat membangun kerjasama dan relasi sosial sebagai kunci untuk menciptakan

tindakan yang saling sepeham untuk menguntungkan pihak-pihak yang berkomunikasi (Lestari, 2018).

Dengan adanya kesepakatan antara organisasi dan masyarakat dapat menciptakan tindakan yang saling mendukung antara masyarakat dan organisasi. Masyarakat bisa merasakan ketenangan ditengah ketidak pastian yang ada, sedangkan organisasi bisa mendapat kesan atau citra yang baik dari masyarakat karena memberikan ketenangan ditengah ketidak pastian dalam masyarakat. Hal ini menjadi menguntungkan bagi kedua belah pihak karena mereka sama-sama mendapat dukungan. Organisasi mendapat dukungan dari masyarakat untuk beroperasi dan masyarakat mendapat dukungan dari organisasi untuk melewati situasi yang tidak pasti.

Puji Lestari dalam bukunya pun menyebutkan bahwa pengurangan ketidak pastian terdapat beberapa aksioma atau asumsi yang mempengaruhi pengurangan ketidak pastian tersebut, diantaranya adalah komunikasi verbal, ekspresi aviliasi nonverbal, pencarian informasi, tingkat kedekatan isu komunikasi, timbal balik, kesamaan, kesukaan, jaringan bersama dan kepuasan komunikasi. Aksioma ini membawa masyarakat dan organisasi untuk saling memahami permasalahan yang ada serta menyelesaikannya secara bersama-sama untuk mendapatkan hasil yang baik ditengah ketidakpastian situasi yang ada.

2. Aktivitas Public Relations.

Aktivitas public relations digambarkan oleh Purvis sebagai cara untuk membangun relasi dengan stakeholder menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Aktivitas public relations juga dapat digunakan merancang

strategic planning yang baik untuk membentuk reputasi perusahaan atau organisasi (Teguh, Anandari dan Bungin, 2020).

Ruslan mendeskripsikan aktivitas public relations sebagai aktivitas yang mendukung tujuan dari manajemen untuk menciptakan dan mempertahankan identitas atau citra perusahaan (Jessica dan Ilfandi, 2018).

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa aktivitas public relations merupakan cara yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk membangun relasi yang baik dengan stakeholder demi membentuk citra atau reputasi dan mempertahankan identitas perusahaan atau organisasi. Dengan adanya hubungan yang baik dengan stakeholder, maka aktivitas yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan tertentu dapat dengan mudah dijalani.

Agar tujuan tersebut dapat dijalani dengan mudah maka jenis publik dalam aktivitas public relations dibagi menjadi dua, menurut Ruslan Rosady yang dikutip dari Artis publik internal dan publik eksternal (Artis,2011). Aktivitas internal public relations merupakan aktivitas yang ditujukan kepada publik internal perusahaan atau organisasi, tujuannya adalah untuk menjaga iklim kerja agar kegiatan operasional berjalan baik. Sedangkan, aktivitas eksternal public relations merupakan aktivitas yang ditujukan kepada publik diluar organisasi atau perusahaan. Tujuannya adalah mendapat kepercayaan publik, dengan adanya kepercayaan maka citra yang didapatkan oleh organisasi atau perusahaan akan baik (Raturoma & Wijaya, 2018).

Terdapat beberapa aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang public relations untuk menjaga hubungan baik dengan publik internal dan

eksternal, yaitu: community relations, costumer relations, employee relations, investor relations dan media relations (Hardiman. 2006).

Community relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menjaga hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publik atau komunitas berada disekitar organisasi tersebut beroperasi. Aktivitas atau kegiatan ini dilakukan untuk mendapat dukungan dari publik yang berada disekitar wilayah operasional organisasi atau perusahaan tersebut (Hardiman, 2006).

Costumer relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan pelanggan atau pengguna jasa dari organisasi tersebut. Aktivitas atau kegiatan ini dilakukan untuk memberikan rasa puas dari konsumen sehingga loyalitas dari konsumen atau pengguna jasa dari organisasi tersebut terbentuk (Hardiman, 2006).

Employee relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan karyawan yang bekerja di organisasi tersebut. Aktivitas atau kegiatan ini dilakukan untuk menstimulus karyawan atau pekerja untuk lebih produktif dan loyal terhadap organisasi (Hardiman, 2006).

Investor relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan investor. Aktivitas atau kegiatan ini dilakukan agar investor dari organisasi

atau perusahaan memiliki informasi tentang kebijakan yang diambil dan berpengaruh terhadap organisasi (Hardiman, 2006).

Media relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menjaga hubungan harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan media. Aktivitas atau kegiatan ini dilakukan agar pemberitaan tentang organisasi dapat berimbang dan membantu kebutuhan publikasi dari organisasi (Hardiman, 2006).

Aktivitas public relations terdapat sepuluh kategori menurut Cutlip, Center dan Broom, hal ini tertulis dalam bukunya yang berjudul Effective Public Relations (Cutlip, Center dan Broom, 2006). Sepuluh kategori tersebut adalah menulis dan mengedit, hubungan dengan media, riset, manajemen dan administrasi, konseling, acara spesial, pidato, pelatihan dan kontak.

Aktivitas menulis dan mengedit merupakan aktivitas yang berkaitan dengan menulis serta merilis berita tentang organisasi atau perusahaan di media cetak atau media lain untuk diketahui oleh publik yang berhubungan dengan organisasi, seperti karyawan atau stakeholder dari organisasi atau perusahaan (Cutlip, Center dan Broom, 2006).

Aktivitas yang berhubungan dengan media merupakan aktivitas yang berkaitan dengan media untuk mempublikasikan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan, publikasi ini bisa berasal dari tulisan yang ditulis oleh organisasi atau orang lain mengenai organisasi atau perusahaan tersebut (Cutlip, Center dan Broom, 2006).

Aktivitas riset dalam public relations berguna untuk mengumpulkan data atau informasi tentang publik yang berpengaruh terhadap organisasi atau perusahaan tersebut, dengan begitu organisasi atau perusahaan dapat mengetahui isu apa yang sedang berkembang di masyarakat, iklim politik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berpengaruh terhadap organisasi untuk nantinya dilaporkan kepada stakeholder terkait. Aktivitas ini juga untuk mengetahui efektivitas program yang sedang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Aktivitas public relations dalam manajemen berguna untuk menentukan program atau rencana yang akan dilakukan oleh organisasi berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan, hasil ini akan menentukan rencana program seperti apa yang harus diprioritaskan. Setelah diketahui program apa yang akan diprioritaskan maka akan dilanjutkan dengan mengembangkan strategi dan taktik yang akan berdampak besar dengan program tersebut (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Aktivitas konseling dalam aktivitas public relations berguna untuk memberikan saran kepada manajemen tentang masalah yang ada, seperti masalah sosial, masalah politik dan masalah sosial yang ada. Setelah itu saling berkomunikasi dan berkonsultasi dengan tim manajemen untuk mencari cara terbaik dalam merespon krisis, setelah cara tersebut ditemukan maka seorang praktisi public relations akan bekerjasama dengan manajemen untuk menentukan keputusan kunci dalam penyusunan strategi untuk merespon isu yang sensitif untuk organisasi atau perusahaan (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Sebagai seorang praktisi public relations maka aktivitas yang berkaitan dengan acara khusus seperti konferensi pers dan aktivitas khusus lainnya harus dapat dikelola dengan baik oleh seorang praktisi public relations. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas public relations dalam kategori acara spesial (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Sebagai praktisi public relations seorang humas juga harus bisa mewakili organisasi atau perusahaan dalam berbicara didepan publik untuk menjelaskan informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau organisasi. Aktivitas yang dilakukan oleh seorang humas dalam hal tersebut termasuk dalam kategori pidato (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Seorang praktisi public relations seorang humas juga harus bisa memahami saluran yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan untuk diproduksi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuannya dalam bidang multimedia. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas public relations dalam kategori produksi (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Sebagai seorang praktisi public relations seorang humas juga perlu mengetahui kapan dirinya harus berbicara didepan umum dan tidak, terkadang dalam hubungan sebuah organisasi dengan publik diperlukan seorang yang tingkatannya lebih tinggi dalam organisasi untuk berbicara kepada publik untuk menghentikan isu yang ada di publik. Oleh karena itu seorang humas perlu memberikan petunjuk kepada petinggi sebuah organisasi tersebut dalam berbicara didepan publik. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas public relations dalam kategori training atau pelatihan (Cutlip,Center dan Broom, 2006).

Sebagai seorang humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan pasti akan menjadi penghubung antara publik dengan organisasi, selain sebagai penghubung seorang humas juga akan menjadi mediator ketika ada konflik dengan stakeholder. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas public relations dalam kategori kontak (Cutlip, Center dan Broom, 2006).

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Straus & Corbin menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang hasilnya tidak didapat dari bentuk hitungan statistik (Surayya, 2018). Moleong menekankan bahwa penelitian kualitatif menekankan kepada pandangan fenomena secara menyeluruh dengan menggunakan data deskriptif dari subjek yang diamati (Dwinugraha, 2017). Fenomena yang terjadi dan diteliti adalah aktivitas *public relations* Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama masa pandemi COVID-19.

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia mempengaruhi beragam sektor, tak terkecuali sektor pendidikan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta perlu mengambil langkah dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini, oleh karena itu diperlukan tindakan khusus terutama menangani *stakeholder* yang terkait dengan organisasi dalam situasi pandemi yang tidak menentu agar hubungan baik dengan para *stakeholder* tetap terjaga. Aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* dari Universitas Atma Jaya akan sangat menentukan hubungan tersebut akan tetap berjalan baik atau tidak.

Peneliti memfokuskan penelitian ini dengan desain penelitian fenomenologi, fenomenologi merupakan desain penelitian yang berfokus untuk menelaah sebuah fenomena yang sedang diteliti dan memperhatikan detail subjek yang diteliti menginterpretasikan pengalamannya kepada orang lain (Mustafidah dan Suwarsito, 2020).

Data yang didapat nantinya dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kualitatif merupakan penafsiran singkat dan bermakna untuk menggambarkan pola konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat dimengerti (Pujiyono, 2011).

Penulis menganalisis hasil dari wawancara dengan narasumber yang ada untuk melihat bagaimana implementasi aktivitas kehumasan yang dilakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama pandemi COVID-19. Analisa yang dilakukan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dan dokumen terkait kegiatan yang dilakukan oleh humas Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama pandemi COVID-19.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Rebekka selaku ketua serta Enggar selaku staff KHSP (Kantor Humas, Sekretariat dan Prokol) selaku humas dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pemilihan ketua dan staff KHSP (Kantor Humas, Sekretariat dan Protokol) dikarenakan ketua serta staff KHSP selaku humas dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta mengerti dan memahami aktivitas yang tepat untuk dilakukan dalam menghadapi isu yang sedang berkembang di masyarakat saat pandemi COVID-19. Posisi ketua KHSP dalam penanganan pandemi

COVID-19 dalam Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah mengepalai subdivisi baru yang dibentuk akibat adanya pandemi COVID-19, yakni tim penanganan dan pemulihan COVID Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kedua tim ini dibentuk untuk membantu KHSP selaku humas Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk menangani situasi yang tidak menentu saat pandemi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data dengan wawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengetahui sebuah hal secara mendalam dari responden terkait penelitian dengan mengajukan pertanyaan (Sugiyono, 2019). Penulis mewawancarai ketua KHSP dan staffnya secara langsung untuk menggali informasi mendalam tentang aktivitas kehumasan yang dilakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama pandemi COVID-19 berlangsung dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah penulis siapkan sebelumnya sebagai pedoman wawancara. Penulis juga mengembangkan beberapa pertanyaan dari pedoman wawancara yang ada sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber.

Dari informasi yang didapat melalui wawancara tersebut penulis kemudian mencocokkan dengan dokumen yang penulis dapatkan seperti surat, artikel, pemberitaan di media dan hal lainnya terkait dengan aktivitas kehumasan yang dilakukan oleh KHSP selama pandemi COVID-19.

Selain menggunakan wawancara, penulis mengumpulkan data sekunder menggunakan teknik dokumenter. Teknik dokumenter merupakan cara pengumpulan data yang didapat dari buku, studi kepustakaan, literatur, jurnal

ilmiah, dokumentasi atau arsip dari organisasi atau perusahaan terkait (Amiruddin, 2016). Data sekunder yang dikumpulkan oleh penulis berupa dokumen tentang kegiatan yang dilakukan selama pandemi, penyebaran informasi tentang kegiatan kehumasan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang berhubungan dengan pandemi COVID-19. Dokumen atau data sekunder ini penulis dapat dari media sosial kehumasan Atma Jaya Yogyakarta dan arsip kegiatan KHSP selama pandemi COVID-19 berlangsung.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman. Model analisis data ini memiliki keseimbangan dalam proses analisisnya karena keterikatan antara sebelum, selama dan setelah pengumpulan data dalam jangka waktu periode tertentu. Teknik analisis data ini terbagi menjadi empat bagian, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiono, 2019).

Pada tahap awal penulis mengumpulkan data yang didapat dari wawancara berupa catatan dan rekaman saat melakukan wawancara online. Wawancara dilakukan dengan menanyakan pertanyaan kepada narasumber sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah dibuat. Penulis juga akan mencocokkan data atau dokumen terkait aktivitas community relations Universitas Atma Jaya Yogyakarta dimasa pandemi Covid-19.

Pada tahap kedua penulis melakukan reduksi data dengan memilih hal yang berguna bagi penelitian dan mengurangi data yang tidak diperlukan. Reduksi data akan dilakukan dengan cara memilih kata atau kalimat dari narasumber yang

berguna bagi penelitian penulis. Kata atau kalimat yang nantinya akan penulis pilih adalah kata atau kalimat yang adanya hubungannya dengan aktivitas kehumasan Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama pandemi COVID-19 terjadi. Dari kata atau kalimat tersebut penulis akan mencocokkan dengan dokumen atau data terkait dengan aktivitas kehumasan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada tahap ketiga penulis melakukan penyajian data dengan menampilkan data yang telah tersusun sehingga lebih mudah untuk dipahami. Data dari reduksi akan dikumpulkan kemudian dianalisis melalui studi pustaka mengenai teori yang sudah dipilih, yaitu public relations, dan citra. Tahapan ini penulis akan memaparkan hasil temuan dari hasil wawancara yang telah dicocokkan dengan data atau dokumen terkait kegiatan humas Universitas Atma Jaya Yogyakarta selama pandemi COVID-19 lalu dianalisis dengan melihat teori-teori kehumasan yang ada dan telah penulis tulis sebelumnya.

Pada tahap keempat penulis mengambil penarikan kesimpulan dan verifikasi berdasarkan teori yang telah dipilih untuk dirangkum agar mendapat kesimpulan dan saran yang tepat. Ditahapan ini penulis akan mendeskripsikan hasil temuan dalam penyajian data untuk diberikan penarikan kesimpulan berdasarkan teori-teori kehumasan dan mengacu pada rumusan masalah yang ada.