

ABSTRAK

Penggabungan STMIK dan Stikes Jenderal Achmad Yani menjadi Universitas telah melahirkan identitas baru organisasi yang perlu dikomunikasikan kepada publik internal sebagai bentuk nilai dan budaya. Pengomunikasian identitas baru di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta tidak mudah, karena adanya perbedaan budaya dan tingginya egosentrisme masing-masing individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pengomunikasian identitas baru oleh Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta paska penggabungan, dengan melihat model penggabungan organisasi, identitas baru organisasi dan model komunikasi yang digunakan dalam mengomunikasikan identitas organisasi. Metode penelitian studi kasus dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penggabungan perguruan tinggi secara horisontal yang berasal pada yayasan sama melahirkan identitas baru organisasi, dikarenakan dua perguruan tinggi memiliki identitas yang berbeda. Sehingga berdampak pada perubahan identitas organisasi seperti visi, misi, logo, bendera, prodi penciri dan jas almamter. Konsep *saying*, *showing* dan *staging* yang digunakan sebagai bentuk pengomunikasian organisasi dengan memfokuskan pada identitas.

Kata kunci : Perguruan Tinggi, Identitas, *Saying*, *Showing*, *Staging*.

ABSTRACT

The merger of STMIK and Stikes Jenderal Achmad Yani into a university has created a new organizational identity that needs to be communicated to the internal public as a form of value and culture. Communicating a new identity at Jenderal Achmad Yani University in Yogyakarta is not easy, due to cultural differences and the high egocentrism of each individual. This study aims to determine the model of communicating a new identity by Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta after the merger, by looking at the model of organizational merger, the new identity of the organization and the communication model used in communicating the identity of the organization. The research method is a case study using interview, observation and documentation techniques. The results showed that the horizontal merger of higher education models originating from the same foundation gave birth to a new organizational identity, because two higher education institutions had different identities. So that it has an impact on changes in organizational identity such as vision, mission, logos, flags, character study programs and alma mater suits. The concepts of saying, showing and staging are used as a form of organizational communication by focusing on identity.

Keywords: Higher Education, Identity, Saying, Showing, Staging.