

ABSTRAK

Kehadiran media baru berdampak pada dinamika pasar global sehingga memengaruhi strategi perusahaan berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan. Media baru memfasilitasi perusahaan mendiseminasi pesan sesuai agenda kepentingannya untuk membentuk persepsi khalayak. Podcast sebagai media baru marak peminat sebab karakteristiknya yang menarik. Podcast jenis korporat atau disebut corporate podcast umum digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan. Podcast di ranah komunikasi korporat bisa dijadikan alat branding untuk membangun brand image perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana podcast "Cerita Dibalik Layar" edisi "Anak Magang PFN" membentuk persepsi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif terhadap delapan informan kunci, yaitu Generasi Z dengan kriteria target audiens podcast. Data utama dikumpulkan melalui wawancara. Penelitian menemukan bahwa melalui podcast informan melihat PT. Produksi Film Negara (PFN) sebagai BUMN yang mendukung kemajuan industri kreatif nasional di bidang perfilman dan konten kreatif. Informan juga melihat PFN sebagai perusahaan yang menerapkan budaya AKHLAK dan mengakomodasi Generasi Z.

Kata Kunci: *Brand Image, Corporate Podcast, Generasi Z*