



**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN PT IAS
PROPERTY INDONESIA PASCA *MERGER***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

MARISHA ANDJANIE ISHAK
44222010141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN PT IAS
PROPERTY INDONESIA PASCA *MERGER***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

MARISHA ANDJANIE ISHAK
44222010141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marisha Andjanie Ishak

NIM : 44222010141

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“ Peran *Corporate Communication* Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan PT IAS Property Indonesia Pasca *Merger*” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Desember 2025



Marisha Andjanie Ishak

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Marisha Andjanie Ishak
NIM : 44222010141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Peran *Corporate Communication* dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan PT IAS Property Indonesia pasca *Merger*” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 8 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 14%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Marisha Andjanie Ishak
NIM : 44222010141
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Peran *Corporate Communication* dalam
Mempertahankan Reputasi perusahaan PT IAS
Property Indonesia pasca *Merger*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si)

NIDN/NUPTK: 0330077301

MERCU BUANA

Jakarta, 11 Desember 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN PT IAS PROPERTY INDONESIA PASCA *MERGER*”**. Sebagai syarat dalam menempuh kelulusan pada tingkat Program Sarjana Sastra Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari berbagai kesalahan, tetapi berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka kesulitan dapat teratasi. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara moral maupun materil, diantaranya:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberi bimbingan, dukungan, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom dan Ibu Novi Erlita, S.Sos, MA selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Segenap para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti dalam menjalankan perkuliahan dengan baik.

6. Seluruh Staff TU Fikom yang telah membantu saya dalam pengurusan berkas – berkas selama perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
7. Ibu Hj. Chodijah selaku nenek yang selalu memberikan doa terbaik kepada penulis untuk segala kelancaran dalam perkuliahan hingga sampai dititik ini.
8. Bapak Ishak Kasim dan Ibu Marwati selaku kedua orang tua peneliti yang selalu memberi dukungan moril dan materil serta doa dalam menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
9. Yusuf dan Sulaimansyah selaku kedua adik kandung peneliti dan keluarga besar yang telah mendukung dan selalu memberikan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan proses perkuliahan dan dapat menyelesaikan tugas akhir.
10. Fadinda dan Vanessa selaku kedua sahabat saya dari SMP yang telah menjadi sahabat terbaik peneliti hingga saat ini. Senantiasa menyemangati, menghibur, dan mendukung. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik dan setia disaat saya ingin berbagi keluh kesah.
11. Eliza, Gita, Abel, Fikri, dan Matthew selaku sahabat saya sejak SMA terimakasih telah menjadi teman peneliti yang senantiasa mendukung, membantu, menghibur peneliti disaat sedang berkeluh kesah.
12. Rahmadanti Islami, Mutiara Daniya Putri, Bilqis Nur Syifa, Sifana Aulia, Amanda Ayuning Tyas, dan Talitha Elok Nabila selaku teman - teman yang telah menemani dan memberi dukungan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Mercu Buana. Terimakasih atas kebersamaan dan juga kebahagiaan yang telah dilakukan selama dikampus.
13. Serta semua orang yang terlibat dalam proses tugas akhir skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Terimakasih telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi yang penulis sajikan. Untuk itu, kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak sangat penulis

harapkan demi menyempurnakan tugas akhir skripsi ini. Peneliti juga berharap agar hasil penelitian ini dapat diterima dengan baik dan dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Terakhir, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Jakarta, Desember 2025

Peneliti

Marisha Andjanie Ishak

4422201014



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marisha Andjanie Ishak
NIM : 44222010141
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Tugas Akhir : Peran *Corporate Communication* dalam
Mempertahankan Reputasi perusahaan PT IAS
Property Indonesia pasca *Merger*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Desember 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a red revenue stamp. The stamp is a 10,000 Rupiah stamp with the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' and '10.000'. It also features the Garuda Pancasila logo and the text 'METRAIR TEMPEL' and '9252JJAAX527207259'.

(Marisha Andjanie Ishak)

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN PT IAS PROPERTY
INDONESIA PASCA *MERGER*
MARISHA ANDJANIE ISHAK**

ABSTRAK

Merger antara Angkasa Pura Property dan Angkasa Pura Hotel membentuk PT IAS Property Indonesia untuk menyatukan dua entitas dengan budaya dan sistem kerja berbeda menjadi satu identitas baru. Dalam proses integrasi ini, *Corporate Communication* berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan dan memastikan perubahan diterima oleh seluruh pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi perusahaan. Teori yang digunakan mengacu pada peran *Corporate Communication* menurut Dozier dan Broom (1995): *expert prescriber*, *problem-solving process facilitator*, *communication facilitator*, dan *communication technician*, yang dipadukan dengan teori manajemen reputasi menurut Charles Fombrun (1996) melalui konsep Reputation Quotient (RQ) yang terdiri atas enam dimensi reputasi, yaitu : Daya Tarik Emosional, kualitas produk dan layanan, visi dan kepemimpinan, lingkungan kerja, kinerja keuangan, serta tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *communication facilitator* paling dominan. Divisi *Corporate Communication* menjaga kelancaran arus informasi, memastikan komunikasi dua arah antara manajemen dan pemangku kepentingan, serta menyampaikan pesan perusahaan secara konsisten. Peran ini membantu meminimalkan kesalahpahaman, membangun pemahaman publik, dan mempertahankan reputasi PT IAS Property Indonesia pasca merger.

Kata kunci : *Corporate Communication*, Reputasi, *Merger*

**THE ROLE OF CORPORATE COMMUNICATION IN MAINTAINING
THE REPUTATION OF PT IAS PROPERTY INDONESIA POST-
MERGER**

MARISHA AND JANIE ISHAK

ABSTRACT

The merger between Angkasa Pura Property and Angkasa Pura Hotel resulted in the establishment of PT IAS Property Indonesia, aiming to integrate two entities with different organizational cultures and work systems into a single new corporate identity. During this integration process, Corporate Communication plays a crucial role in maintaining the company's reputation and ensuring that organizational changes are accepted by all stakeholders. This study employs a descriptive qualitative approach with a case study method, utilizing in-depth interviews, observation, and company documentation as data collection techniques. The theoretical framework is based on the roles of Corporate Communication as proposed by Dozier and Broom (1995), namely expert prescriber, problem-solving process facilitator, communication facilitator, and communication technician, combined with the reputation management theory by Charles Fombrun (1996) through the concept of the Reputation Quotient (RQ). The RQ consists of six dimensions of reputation: emotional appeal, products and services, vision and leadership, workplace environment, financial performance, and social responsibility. The findings indicate that the role of communication facilitator is the most dominant in the post-merger context. The Corporate Communication division ensures smooth information flow, facilitates two-way communication between management and stakeholders, and delivers corporate messages consistently. This role helps minimize misunderstandings, build public understanding, and maintain the reputation of PT IAS Property Indonesia after the merger.

Keywords : Corporate Communication, Reputation, Merger

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Komunikasi	26
2.3. Corporate Communication	27
2.3.1. Kedudukan Corporate Communication	29
2.3.2. Fungsi Corporate Communication	30

2.3.3. Peran Corporate Communication	32
2.4. Reputasi	35
2.4.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reputasi.....	38
2.4.2. Pentingnya Reputasi	40
2.4.3. Teori Manajemen Reputasi.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Paradigma Penelitian.....	45
3.2. Metode Penelitian.....	46
3.3. Subjek Penelitian.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1. Data Primer.....	54
3.4.2. Data Sekunder	55
3.5. Teknik Analisis Data.....	56
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1. Profil Perusahaan.....	61
4.1.2. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan	61
4.1.3. Logo dan Makna.....	62
4.1.4. Struktur Organisasi.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.3 Pembahasan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	115
5.2.1 Saran Akademis.....	115
5.2.2 Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media Monitoring IAS Properties 2025	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Implikasi Peran Corporate Communication PT IAS Property Indonesia pasca Merger	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Reputation Quotient (RQ).....	42
Gambar 3. 1 Tahapan dan Alur Teknik Analisis Data Model Interaktif (Digambar Ulang Dari Miles & Huberman:1992)	56
Gambar 4. 1 Logo PT IAS Property Indonesia	62
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Divisi Corporate Secretary Legal IAS Properties (pra-merger hingga pasca merger)	63
Gambar 4. 3 Town Hall Meeting Pra-merger	74
Gambar 4. 4 Rapat Koordinasi IASP pasca Merger	74
Gambar 4. 5 Portal Internal Karyawan IASP	75
Gambar 4. 6 Website dan Media Sosial IAS Properties	79
Gambar 4. 7 Program CSR IAS Properties	90
Gambar 4. 8 Website Perusahaan IAS Properties	93
Gambar 4. 9 Brand Guidelines dari Holding	94
Gambar 4. 10 Brand Guidlines IAS Properties.....	95
Gambar 4. 11 Konten Instagram IAS Properties	96
Gambar 4. 12 Konten Facebook IAS Properties.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin	120
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	124
Lampiran 3. Curriculum Vitae (CV).....	155

