



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PUBLIC RELATIONS**

ABSTRAKSI

PAULINA DINARTISTI (44210110139)

Implementasi Strategi Corporate Communication dalam Mengkomunikasikan
Corporate Culture 5C Pada Hotel Santika di Jakarta

xi + 97 halaman + 31 lampiran

Bibliografi : 20 acuan (1982 – 2011)

Corporate Communication memiliki peran strategis dalam upaya mengkomunikasikan informasi manajerial kepada karyawannya maka dikatakan merupakan bagian integral yang tidak terpisahkan dari top manajemen. Demikian pula halnya dengan *Corporate Communication* di korporasi Kompas Gramedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran, mendeskripsikan implementasi *corporate culture 5C* oleh Divisi *Corporate Communication* Kompas Gramedia Group pada unit usaha Hotel Santika di Jakarta.

Hotel Santika Jakarta salah satu anak perusahaan Kompas Gramedia bergerak di bidang jasa pelayanan hotel memiliki motto *Hospitality from The Heart*. Fokus kegiatan operasionalnya yaitu memberikan jasa pelayanan yang prima kepada seluruh pelanggannya dan pada akhirnya mendukung kemajuan usaha. Untuk memberikan pelayanan prima maka setiap karyawan memerlukan pedoman yang bukan hanya berfungsi sebagai panduan kerja tetapi juga menjadi bagian yang melekat erat pada seluruh karyawannya sehingga apa yang dilakukan dapat me-representasikan Hotel Santika Jakarta. Pedoman tersebut diwujudkan dalam *corporate culture* dimana perumusannya mengikuti *Corporate Culture 5C* yang ditetapkan oleh Kompas Gramedia. 5C meliputi *caring, credible, competent, competitive* dan *customer delight* yang diterjemahkan dalam seluruh aspek kegiatan Hotel Santika Jakarta.

Dalam penelitian ini tipe yang digunakan adalah tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian bersifat studi kasus dan menggunakan teknik pengumpulan data secara primer (menyiapkan bahan wawancara), data sekunder (studi kasus dan dokumentasi) dan nara sumber. Definisi konsepnya meliputi strategi komunikasi, *corporate communication* dan *corporate culture*. Sedangkan fokus penelitian meliputi komponen strategi komunikasi yang mengacu pada teori yang disampaikan oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy meliputi menganalisa sasaran khalayak, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Santika Jakarta dan *Corporate Communication* mempertimbangkan ke-4 komponen dalam menyusun strategi komunikasi sesuai dengan kaidah yang berlaku.

