



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Yuniarni  
44212120083

Aktivitas Komunikasi dan Perbaikan Komunikasi dalam Meningkatkan Sinergi Antar Divisi/Sub Divisi  
Di PT Agility *Fairs And Events* Jakarta Tahun 2016 – 2017  
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi *Customer Service/Sales* Dan Divisi *Operational*)  
Jumlah halaman : ix + 117 halaman + 27 lampiran  
Bibliografi : 35 acuan, Tahun 2011 - 2016

### ABSTRAK

Pada saat ini, banyak perusahaan yang memaksimalkan arti pentingnya Strategi Komunikasi untuk Aktivitas Komunikasi dan Aktivitas Perbaikan Komunikasi sehingga pada akhirnya dapat membangun, meningkatkan dan mempertahankan sinergi antar Divisi/ Sub Divisi dan Perusahaan dapat meningkatkan kinerja yang ditargetkan. Upaya yang dilakukan oleh PT. Agility *Fairs and Events* Jakarta mengenai Aktivitas Komunikasi dan Aktivitas Perbaikan Komunikasi yang digunakan menjadi fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu Aktivitas Komunikasi dan Perbaikan Komunikasi dalam Membangun sinergi antar Divisi/ Sub Divisi di PT. Agility *Fairs and Events* Jakarta untuk mempertahankan klien dan memperoleh profit.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan Aktivitas Komunikasi dan Aktivitas Perbaikan Komunikasi yang diterapkan PT. Agility *Fairs and Events* Jakarta dalam membangun sinergi antar Divisi/ Antar Divisi. Penelitian ini dalam penggalan data menggunakan wawancara langsung kepada *Key informan* yaitu National Manager, Operation Leader, Document Administration from EDI Division, dan Customer Service Senior untuk memperoleh data yang valid dan mendalam, serta 3 informan yang merupakan customer dari Perusahaan SUMEC Corp Tiongkok; Perusahaan EVE Ernst German, dan Perusahaan MTU Asia Singapore, untuk menguatkan data yang telah dipilih peneliti dalam triangulasi data yang ditentukan peneliti.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Aktivitas komunikasi dan aktivitas perbaikan komunikasi berjalan dengan baik dan dilaksanakan dengan komitmen untuk membangun sinergi antar Divisi/ Sub Divisi di PT. Agility *Fairs and Events* Jakarta, dan (2) Model perencanaan komunikasi yang digunakan untuk mendukung aktivitas komunikasi merujuk pada Model Perencanaan yang dibuat oleh Cutlip dan Center dengan langkah-langkah yang dilakukan dari mulai penemuan fakta (*fact finding*), kemudian membuat perencanaan (*planning*), strategi, dan komunikasi (*communication*), selanjutnya evaluasi.

Kata Kunci: Aktivitas Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Internal, Perencanaan Komunikasi dan Perencanaan Strategi Komunikasi, dan *Relationship Employee*.



Mercu Buana University  
Faculty Of Communication  
Field of Study Public Relations  
Yuniarni  
44212120083

Communication Activity and Communication Improvement in Improving Inter-Division / Sub Division Synergy  
In PT Agility Fairs And Events Jakarta Year 2016 - 2017  
(Qualitative Descriptive Study In Division of Customer Service / Sales And Operational Division)  
Number of pages : ix + 117 pages + 27 attachments  
Bibliography : 35 citations, Tahun 2003 - 2016

#### ABSTRACT

At present, many companies maximize the importance of Communication Strategy for Communication Activity and Communication Improvement Activity so that in the end it can build, improve and maintain synergies across Divisions / Sub Divisions and Companies can improve targeted performance. Efforts made by PT. Agility Fairs and Events Jakarta on Communications Activities and Repair Activities Communication used to be the focus of research studied in this research, namely Communication and Communication Improvement Activities in Building Synergies between Divisions / Sub Divisions at PT. Agility Fairs and Events Jakarta to retain clients and. make a profit.

This research uses descriptive qualitative research that aims to describe Communication and Communication Improvement activities conducted by PT. Agility Fairs and Events Jakarta in building the synergy between the Division / Interdepartment. This research uses direct interview data with key informants ie National Manager, Operation Leader, Document Administration from EDI Division, and Senior Customer Service to obtain valid and in-depth data, and 3 informants who are customers of SUMEC Corp Company of China; EVE Ernst German Company, and MTU Asia Singapore Company, to reinforce the data that researchers have chosen in triangulation of data determined by the researchers..

From the results of this study found that (1) communication and communication improvement activities run well and implemented with a commitment to build synergies between the Division / Sub Division at PT. Exhibition of Agility and Events Jakarta, and (2) Communication planning model used to support communication activities refers to Planning Models made by Cutlip and Center with steps taken from the start of finding, then planning (planning), strategy, andn communication. (communication), then evaluation.

Keywords: Communication, Organizational Communication, Internal Communication, Communication Planning and Communication Strategy Planning, and Employee Relations.