



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

Nama : R.A. INDAH FAUZIA
NIM : 55211120077
Judul : Realitas Transformasi Corporate Identity (Studi Kasus Komunikasi Korporat: Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Serang)
Bibliografi : viii +100 halaman, 5 bab, 11 buku (tahun 2007-2014), 5 Jurnal, 1 tesis, 5 tabel, 19 gambar

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi informasi dan Tantangan perbankan di era globalisasi dan masyarakat ekonomi Asia 2015 yang mengharuskan Perusahaan daerah bank perkreditan rakyat Serang melakukan transformasi. Tujuan penelitian adalah memahami transformasi corporate identity, memahami makna identitas, dan mendapatkan model identitas di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat.

Penelitian ini menggunakan teori corporate communication. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif yang salah satu variannya adalah studi kasus dengan paradigma interpretif.

Hasil Penelitian ini adalah proses transformasi Identitas perusahaan daerah Bank Perkreditan Rakyat Serang diawali dari terbentuknya Pemerintah propinsi Banten, terdapat transformasi identitas Perusahaan yaitu Budaya perusahaan, komunikasi dan identitas visual, segmentasi pasar, firm product dan service, perilaku. Makna identitas visual dan operasional menunjukkan komitmen Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Serang dalam mensejahterakan kehidupan masyarakat.

Kata Kunci: komunikasi korporat, identitas perusahaan, budaya perusahaan, Komunikasi dan identitas visual , perilaku



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

Name : R.A. INDAH FAUZIA
Student Code : 55211120077
Title : Realitas Transformasi Corporate Identity (Studi Kasus Komunikasi Korporat: Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Serang)
Bibliography : viii + 100 halaman, 5 bab, 11 book (tahun 2007-2014), 5 Jurnal, 1 tesis, 5 table, 19 image

ABSTRACT

The development of information technology and banking challenges in the era of globalization and the 2015 Asian economic community that require perusahaan daerah bank perkreditan rakyat serang transformation. The purpose of this research is to understand the transformation of corporate identity, understand the meaning of identity, and obtain identity model in Perusahaan daerah bank perkreditan rakyat Serang.

This study uses the theory of corporate communications. The methodology used was a qualitative study of one of the variants is the case with the interpretive paradigm.

The finding of this study is the process of transformation of the company started from the formation of the Government Propinsi Banten, there is a transformation of the Company, namely the identity of the company culture, communication and visual identity, market segmentation, product and service firm, behavior. The Meaning visual identity and operational indicate commitments company in the welfare society.

Keywords: corporate communications, corporate identity, corporate culture, communication and visual identity, behavior