



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JURUSAN PUBLIC RELATIONS

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : NURUL FITRIANI  
Nim : 44206110026  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektivitas Komunikasi Divisi *Corporate Communications* Dalam Mengelola *Corporate Identity* IBM Indonesia Menurut Karyawan di Gedung Landmark Jakarta

Jakarta, 28 Februari 2009

Mengetahui,

Pembimbing I

**Siti Dewi Sri Ratna Sari, SS., M.Si.**



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

## **TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : NURUL FITRIANI  
Nim : 44206110026  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektivitas Komunikasi Divisi *Corporate Communications* Dalam Mengelola *Corporate Identity* IBM Indonesia Menurut Karyawan di Gedung Landmark Jakarta

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Februari 2009

1. Ketua Sidang

**Marhaeni F. Kurniawati S.Sos.M.Si.** (.....)

2. Penguji Ahli

**Juwono Tri Admodjo, SS., M.Si .** (.....)

3. Pembimbing I

**Siti Dewi Sri Ratna Sari, SS., M.Si.** (.....)



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

## **LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : NURUL FITRIANI  
Nim : 44206110026  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektivitas Komunikasi Divisi *Corporate Communications* Dalam Mengelola *Corporate Identity* IBM Indonesia Menurut Karyawan di Gedung Landmark Jakarta

Jakarta, 28 Februari 2009

1. Ketua Sidang

**Marhaeni F. Kurniawati S.Sos.M.Si.** (.....)

2. Penguji Ahli

**Juwono Tri Admodjo, SS., M.Si .** (.....)

3. Pembimbing I

**Siti Dewi Sri Ratna Sari, SS., M.Si.** (.....)



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

### **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : NURUL FITRIANI  
Nim : 44206110026  
Jurusan : Public Relations  
Judul Skripsi : Efektivitas Komunikasi Divisi *Corporate Communications* Dalam Mengelola *Corporate Identity* IBM Indonesia Menurut Karyawan di Gedung Landmark Jakarta

Jakarta, 28 Februari 2009

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

**Siti Dewi Sri Ratna Sari, SS.,M.Si.**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Public Relations

**Dra. Diah Wardhani, M.Si.**

**Marhaeni F. Kurniawati S.Sos.M.Si.**



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

**ABSTRAKSI**

**Nurul Fitriani**

**Efektivitas Komunikasi Divisi Corporate Communications dalam Mengelola Corporate Identity IBM Indonesia Menurut Karyawan di Gedung Landmark Jakarta**

**ix + 101 + 27 Lampiran**

**Bibliografi : 29 acuan**

Perusahaan yang memiliki khalayak cukup banyak dan berkapabilitas tinggi seperti IBM, memerlukan divisi khusus yang menangani pengelolaan identitas korporasinya. Divisi yang umumnya menangani pengelolaannya ke eksternal adalah *Corporate Communications*. Salah satu yang melatarbelakangi perlunya pengelolaan identitas korporat adalah semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia perdagangan teknologi di dunia, termasuk di Indonesia.

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, komunikasi sangatlah dibutuhkan terutama dalam mengkomunikasikan identitas perusahaan (logo, merek, dan lain-lain) dan menjalin hubungan dengan publiknya. Dalam dunia PR, lazim menyebutnya dengan 'identitas korporat' (*corporate identity*) atau 'pemerekan' (*branding*). Salah satu tugas strategi merek adalah menentukan penempatan tingkatan merek di antara dua kutub yaitu pemerekan korporat dan pemerekan produk, yang dilandasi kepentingan strategi perusahaan. Dorongan membangun merek korporat berkaitan dengan berbagai masalah perusahaan.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah yakni bagaimanakah efektivitas komunikasi divisi Komunikasi Korporat dalam mengelola identitas korporat di masyarakat. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauhmana efektivitas *corporate communications* dalam mengelola *corporate identity* IBM Indonesia. Kerangka teori dari penelitian ini terdiri dari komunikasi, dan komunikasi organisasi. Kemudian mengenai *Public Relations*, PR Internal, *Corporate Identity*, *Corporate Communication*. Selain itu juga konsep mengenai efektivitas komunikasi dengan menggunakan model hierarki efek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, sifat penelitiannya kuantitatif dan tipe penelitian deskriptif. Analisa data menggunakan *coding sheet*, lalu dengan rumus *Likert Summating Rating*.

Hasil dari penelitian bahwa divisi *corporate communications* dalam mengelola *corporate identity* IBM di Indonesia sudah cukup efektif. Namun sebagai saran, perlu ditambahkan kegiatan sosial/CSR bukan hanya melalui publikasi di media massa dan jurnal eksternal sebagai alat penyampaian informasi.