



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations

Adinda Nabila Maharani 44218010168

Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam Menjaga Reputasi Perusahaan

Bibliografi: 5 Bab, 132 hal + Lampiran+ 12 Buku+ 9 Internet

### **ABSTRAK**

Manajemen Komunikasi dalam sebuah perusahaan sangatlah penting dalam menjaga reputasi perusahaan karena reputasi merupakan unsur terpenting baik dan buruk suatu reputasi perusahaan menjadikan sebuah indicator dalam keberhasilan perusahaan. Reputasi dibentuk melalui interaksi antara perusahaan dengan khalayak. Reputasi yang bagus tidak hanya akan meningkatkan nilai diri kita, namun juga nilai dari apa – apa yang kita hasilkan, sebagai seorang public relations harus memberikan reputasi yang kuat bagi perusahaan untuk dampak positif bagi reputasi. PT Eigerindo MPI merupakan sebuah brand local Indonesia yang sudah memiliki berbagai cabang nasional maupun Internasional yang menjualkan alat – alat kebutuhan hiking ataujuga disebut alam. Dengan persaingan Eiger yang begitu banyak, maka seorang public relatios harus dapat mengelola manajemen komunikasi perusahaan shingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Fokus penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi PT Eigerindo MPI dalam menjaga reputasi menentukan teknik, bentuk dan layanan komunikasi secara internal dan eksternal untuk menjaga reputasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara dan observasi. Hasil Penelitian ini pada validitas eksternal dalam penelitian kualitatif merupakan pertanyaan empiris yang bergantung pada kesamaan konteks, sehingga orang lain dapat memahaminya. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan laporan deskriptif yang mendetail, jelas, sistematis dan berpengalaman sehingga pembaca dapat memperoleh informasi yang jelas tentang temuan penelitian ini. Dan pada teknik manajemen komunikasi informative, persuasive dan koersif.



Universitas Mercu Buana  
Faculty of Communication Sciences  
Field of Public Relations Studies

Adinda Nabila Maharani 44218010168

Communication Management of PT Eigerindo MPI in Maintaining the Company's  
Reputation

Bibliography: 5 Chapters, 9 internet articles, 12 Books

### **ABSTRACT**

Communication management within a company is very important in building a company's reputation because reputation is the most important element of good and bad corporate reputation as an indicator of the company's success. Reputation is formed through interactions between companies and audiences. A good reputation will not only increase our self-worth but also the value of what we produce, as a public relations person must give a strong reputation for the company for a positive impact on reputation. PT Eigerindo MPI is a local Indonesian brand that already has various national and international branches that sell hiking equipment, also known as nature. With so much Eiger competition, public relations must be able to manage the company's communication management so that they are able to compete with other companies. The focus of this research is how the communication management of PT Eigerindo MPI in building reputation determines communication techniques, forms and services internally and externally to build a reputation. This study uses qualitative methods with interview and observation data collection techniques. The results of this study on external validity in qualitative research are empirical questions that depend on similarities in context so that other people can understand them. In this study, the researcher provides a detailed, clear, systematic, and experienced descriptive report so that readers can get clear information about the findings of this study. And in informative, persuasive, and coercive communication management techniques.

**Keywords: Manajemen Komunikasi, Reputasi, PT Eigerindo MPI**