

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Novia Tri Rahayu
44213110137

Program Komunikasi Divisi Hubungan Kelembagaan PT Indonesia Comnets Plus dalam
Mengkomunikasikan Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*)

Jumlah Halaman : 121 Halaman - 25 Lampiran
Bibliografi : 44 Acuan, Tahun 2009 – 2019

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi korporat yang berlangsung didalam sebuah perusahaan harus dijalankan dengan baik dan sampai kepada sasaran tepat waktu. berbagai macam program komunikasi dilakukan oleh Divisi Hubungan Kelembagaan agar seluruh informasi yang berrkaitan dengan perusahaan dapat tersampaikan pada kesempatan pertama dengan menggunakan media yang mendukung kelancaran kegiatan komunikasi tersebut. Kegiatan tersebut juga dimanfaatkan untuk memberikan informasi serta sosialisasi kepada seluruh pegawai hingga mitra perusahaan untuk menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, dengan mematuhi seluruh kebijakan perusahaan dan menandatangani pakta integritas untuk mitra yang bekerjasama.

Tidak hanya menggunakan media yang sudah ada seperti email, website dan majalah cetak internal, kini ICON+ (PT Indonesia Comnets Plus) mulai mengembangkan media sosial sebagai salah satu strategi komunikasi yang lebih modern dan mengikuti perkembangan jaman karena hampir semua masyarakat khususnya iconers memiliki sosial media seperti instagram dan tidak jarang pada kesehariannya untuk mengakses youtube untuk mencari hiburan atau informasi yang mereka butuhkan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *Program Komunikasi Divisi Hubungan Kelembagaan PT Indonesia Comnets Plus dalam Mengkomunikasikan Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (Good Corporate Governance)*. Tipe penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif Kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan informan dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian ini membahas mengenai bagaimana ICON+ melalui Divisi Hubungan Kelembagaannya menjalankan kegiatan komunikasi korporat dengan program barunya. Dimana strategi inilah yang akan membuat proses penyampaian informasi perusahaan lebih cepat dan mengikuti perkembangan jaman serta diharapkan membuat ICON+ lebih dikenal oleh khalayak luar yang juga membutuhkan berbagai informasi yang berhubungan dengan perusahaan.

kata kunci: Program Komunikasi, Strategi Komunikasi, Good Corporate Governance

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Novia Tri Rahayu
44213110137

Communication Program of PT Indonesia Comnets Plus Institutional Relations Division In Communicating the Implementation of Good Corporate Governance

Number of Pages : 121 Pages – 44 Attachments

Bibliografi : 44 Reference, Year 2009 - 2019

ABSTRAC

Corporate communication activities that take place within a company must be carried out properly and arrive at the target on time. Various kinds of communication programs are carried out by the Institutional Relations Division so that all information related to the company can be delivered at the first opportunity by using media that supports the communication activities smoothly. The activity is also used to provide information and outreach to all employees and also all company partners to implement good corporate governance, by complying with all company policies and signing an integrity pact for collaborating partners.

Not only using existing media such as e-mail, websites and internal print magazines, ICON + (PT Indonesia Comnets Plus) is currently starting to develop social media as one of the more modern communication strategies and to keep up with current development because almost all people, especially iconers (the term for employees of ICON +) has social media like Instagram and they frequently access YouTube for entertainment or for finding information they need on a daily basis.

This study was conducted to determine the Program Communications Division of Institutional Relations of PT Indonesia Comnets Plus in Communicating Good Corporate Governance Implementation (GCG) . This research uses descriptive qualitative research. The data collection techniques are in-depth interviews with informants and documentation studies.

This research is resulted in delivering solutions regarding on how ICON + through its Institutional Relations Division carries out corporate communication activities with its new program. Where this program will make the process of delivering company information faster and to keep up with the current development and is expected to make ICON + better known by society/external audiences who also need a variety of information related to the company.

Key words: Program Communications, Communications Strategy, Good Corporate Governanc