



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATIONS*
DALAM MEMBANGUN *CORPORATE REPUTATION*
PERUSAHAAN ELITERY**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

OLEH

CITRA NABILLA AGUSTIEN

55221120005

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Judul : **ANALISIS STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATIONS* DALAM MEMBANGUN *CORPORATE REPUTATION* PERUSAHAAN ELITERY**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 55221120005

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Jakarta, 13 Januari 2024

Dosen Pembimbing


(Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : **ANALISIS STRATEGI CORPORATE COMMUNICATIONS DALAM MEMBANGUN CORPORATE REPUTATION PERUSAHAAN ELITERY**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 55221120005

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 13 Februari 2024

Jakarta, 13 Februari 2024

Mengetahui

Ketua Sidang

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

()

Penguji Ahli

Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

()

Pembimbing

Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.

()



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

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : **ANALISIS STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATIONS* DALAM MEMBANGUN *CORPORATE REPUTATION* PERUSAHAAN ELITERY**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 55221120005

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 13 Februari 2024

Jakarta, 13 Februari 2024

Mengetahui

Ketua Sidang

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

Penguji Ahli

Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

Pembimbing

Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.

()

()

()

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **ANALISIS STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM MEMBANGUN *CORPORATE REPUTATION* PERUSAHAAN ELITERY**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 5221120005

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 13 Februari 2024

Mengetahui,
Pembimbing



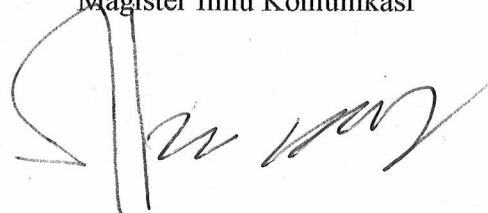
(Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 55221120005

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul "*ANALISIS STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION DALAM MEMBANGUN CORPORATE REPUTATION PERUSAHAAN ELITERY*" telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 15 Januari 2024 didapatkan nilai persentase sebesar 0%.

Jakarta, 15 Januari 2024



Sukadi, SE., MM



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **ANALISIS STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATION*
DALAM MEMBANGUN *CORPORATE REPUTATION*
PERUSAHAAN ELITERY**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 55221120005

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 13 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri, dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan, secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Februari 2024



Citra Nabilla Agustien

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena hanya dengan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan tesis ini. Dengan rasa syukur dan penghargaan yang mendalam, peneliti mempersembahkan tesis yang berjudul “**Analisis Strategi *Corporate Communications* Dalam Membangun *Corporate Reputation* Perusahaan Elitery**”.

Tesis ini merupakan hasil jerih payah, dedikasi, dan perjalanan panjang yang telah peneliti tempuh selama beberapa tahun, dan tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si. selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan bimbingan, tambahan ilmu, serta masukan dan pengarahan dalam penulisan tesis ini.
2. Keluarga, terima kasih *especially to* Munny a.k.a Ka Monik yang selalu hadir disetiap proses pembuatan tesis ini. Lalu tidak luput juga terimakasih peneliti sampaikan dalam kepada Ibu Jamilah, Ibu Kulsum, Abah, Aa Rajaa luv, dan Baby Zidan sebagai penyemangat peneliti dan Ka Mega atas dukungan dan doa yang tiada henti dipanjatkan untuk peneliti dalam menyusun tesis ini. Terima kasih telah menjadi semangat peneliti untuk memiliki mimpi yang lebih tinggi lagi.
3. PT Data Sinergitama Jaya Tbk. (Elitery) yaitu Bapak Kresna Adiprawira selaku Direktur Utama yang telah memberikan izin serta dukungan dalam proses penelitian ini. Terima kasih juga kepada Mba Astrid

Erawan, serta Mba Dwi geng Corsec yang telah bersedia mendukung peneliti untuk menelaah penelitian ini menjadi lebih baik.

4. Sahabat Trio Kwek-Kwek yaitu Mba Ani, dan Siska terima kasih sebanyak-banyaknya untuk selalu menyemangati, memberi support serta menemani hari-hari peneliti, tanpa kalian tesis ini akan terasa sangat berat. Terima kasih telah hadir dalam setiap moment dan menjadi motivasi peneliti untuk selalu berkembang menjadi lebih baik.
5. Sahabat Ciwi-Ciwi yaitu Mba Fitri dan Mba Dhea. Terima kasih telah menjadi sahabat terbaik peneliti yang selalu sedia menjadi pendengar keluh kesah peneliti, tidak hanya dalam penelitian saja melainkan setiap moment perkembangan hidup peneliti.
6. Teman-teman Kelas Menteng Mikom, terima kasih banyak kepada seluruh teman seperjuangan kelas Mikom Menteng yang selama ini saling menyemangati serta membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.

Semoga tesis ini dapat menjadi pijakan awal dalam eksplorasi lebih lanjut di bidang *Corporate Communication* dan *Corporate Reputation* dalam memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Terima kasih atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan.

Jakarta, 12 Februari 2024



Citra Nabilla Agustien

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Teoritis	15
1.4.2. Manfaat Praktis	15
BAB II	17
KAJIAN LITERATUR	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 <i>Novelty</i> Penelitian	24
2.3 Kajian Teoritis	35
2.3.1 Strategi Komunikasi	35
2.3.2 Strategi <i>Corporate Communication</i>	38
2.3.3 <i>Public Relations</i>	50
2.3.4 <i>Corporate Communication</i>	51
2.3.5 <i>Corporate Reputation</i>	59
2.3.6 <i>Corporate Reputation Model</i>	63
2.4 Kerangka Pemikiran	65

BAB III	67
METODOLOGI PENELITIAN	67
3.1 Paradigma Penelitian	67
3.2 Metode Penelitian	68
3.3 Subyek Penelitian	69
3.4 Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	71
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	72
3.5 Kategori Konseptual Penelitian	73
3.6 Teknik Analisis Data	76
3.6.1 Data Reduction (Reduksi data)	76
3.6.2 Data Display (Penyajian data)	76
3.6.3 Conclusion drawing/ verification (Penarikan kesimpulan dan verifikasi). 77	
3.7 Uji Keabsahan Data	77
BAB IV	79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	79
4.1.1. Profil Perusahaan	79
4.1.2. Visi, Misi, Nilai Perusahaan	81
4.1.3. Filosofi Logo Elitery	83
4.1.4. Stuktur Organisasi Elitery	85
4.1.5. Jobdes Corporate Secretary	86
4.1.6. Jobdes Corporate Communication	89
4.2. Hasil Penelitian & Pembahasan	91
4.2.1. Narasi Hasil Wawancara Informan	91
4.2.2. Strategi Corporate Communication Elitery melalui 9 Langkah 4 tahap Strategic Planning PR oleh Ronald D. Smith	98
4.2.3. Corporate Reputation Elitery melalui Model Westcott Alessantri	158
4.3. Pembahasan	166
4.2.4. Perbandingan 9 Steps and 4 Phase Strategic Planing Public Relation Model by Ronald D.Smith Elitery	166
4.2.5. Analisis Strategi Corporate Communications Dalam Membangun Corporate Reputation Perusahaan Elitery	169
4.4. Temuan Baru Penelitian	171
BAB V	177

KESIMPULAN DAN SARAN	177
5.1. Kesimpulan	177
5.2. Saran	181
5.2.1. Saran Teoritis	181
5.2.2. Saran Praktis	182
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN.....	187
1. Lampiran CV Peneliti.....	187
2. Lampiran Surat Izin Penelitian	188
3. Lampiran Balasan Surat Izin Penelitian.....	189
4. Lampiran Transkrip Wawancara Informan 1	190
5. Lampiran Transkrip Wawancara Informan 2.....	197
6. Lampiran Transkrip Wawancara Informan 3.....	203
7. Lampiran Penghargaan Elitery	206
8. Lampiran Kegiatan RUPS	207
9. Lampiran Kegiatan Event Elitery	208
10. Lampiran Kegiatan CSR Elitery	209
11. Lampiran Kegiatan Public Expose.....	210
12. Lampiran <i>Press release</i> Elitery	211
13. Lampiran SOP <i>Corporate Communication</i> Elitery.....	212
14. Lampiran Buletin Investor	213
15. Lampiran Laporan Keuangan dan Annual Report	214
16. Lampiran Media Monitoring Pemberitaan Elitery	214
17. Lampiran Evaluasi Feedback Investor	215
18. Lampiran Sosmed Corsec Report.....	215

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 3. 1 Tabel Informan	70
Tabel 3. 2 Kategori Konseptual Penelitian.....	74
Tabel 4. 1 Pencapaian Elitery (source website Elitery).....	112
Tabel 4. 2 Hasil Evaluasi Kegiatan OKR Departement Corporate Secretary.....	148
Tabel 4. 3 Hasil Evaluasi Kegiatan OKR Corporate Communication.....	149
Tabel 4. 4 Hasil Penelitian Penerapan 9 Langkah & 4 Fase PR Smith dalam Model Corporate Reputation Wescott	164



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 9 Steps and 4 Phase Strategic Planing Public Relation Model by Ronald D.Smith.....	39
Gambar 2. 2 Model Westcott Alessantri (dalam Trimanah, 2012:98)	63
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	66
Gambar 4. 1 Logo Elitery (Sumber : Company Profile Elitery 2022).....	83
Gambar 4. 2 Filosofi Logo Elitery (Sumber, Company Profile Elitery 2022).....	84
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Elitery 2023 (Sumber Website Elitery).....	85
Gambar 4. 4 Corporate Secretary Division (source by Elitery).....	88
Gambar 4. 5 Corporate Secretary Activity (source by Elitery).....	88
Gambar 4. 6 Media Moitoring Pemberitaan Elitery di Q1 (Jan-Maret) 2023.....	108
Gambar 4. 7 Media Moitoring Pemberitaan Elitery di Q2 (April – Juni) 2023.....	109
Gambar 4. 8 <i>Media Moitoring Pemberitaan Elitery di Q3 (Juli – September) 2023</i>	110
Gambar 4. 9 Media Monitoring Pemberitaan Elitery di Q3 (Juli – September) 202.....	111
Gambar 4. 10 <i>Bad Comment Instagram @elitery_indo</i>	113
Gambar 4. 11 Elitery’s Journey Plan (source by Elitery).....	115
Gambar 4. 12 OKR Departement Corporate Secretary (source by Elitery).....	117
Gambar 4. 13 OKR Departement Corporate Communication (source by Elitery).....	117
Gambar 4. 14 Gambar Bad Comment IG Elitery.....	123
Gambar 4. 15 Event yang dilakukan di Q1 2023 Elitery (source by Elitery).....	133
Gambar 4. 16 Event yang dilakukan di Q2 2023 Elitery (source by Elitery).....	133
Gambar 4. 17 Event yang dilakukan di Q3 2023 Elitery (source by Elitery).....	134
Gambar 4. 18 Event TALENTA (source IG @ellitery.indo).....	134
Gambar 4. 19 Laporan Tahunan (Source by website relasi investor Elitery).....	136
Gambar 4. 20 Laporan Keuangan (Source by website relasi investor Elitery).....	137
Gambar 4. 21 Informasi RUPS (Source by website relasi investor Elitery).....	137
Gambar 4. 22 Buletin Investor (Source by website relasi investor Elitery).....	138
Gambar 4. 23 Press release Elitery (Source by website relasi investor Elitery).....	139
Gambar 4. 24 Laporan CSR Elitery (Source by website relasi investor Elitery).....	139
Gambar 4. 25 Investor.id Berita IPO Elitery & Gambar 4. 26 IDX Channel Elitery partnership dengan Crowdstrike.....	140
Gambar 4. 27 Media Indonesia, Elitery membuka anak perusahaan di Malaysia (Source : Media Indonesia).....	141
Gambar 4. 28 Google Ads Elitery.....	142
Gambar 4. 29 Sponsorship acara Jakarta Smart City 2023 (Source : Instagram @elitery.indo).....	143
Gambar 4. 30 Sponsorship Acara IndoSec 2023 (Source : Instagram @elitery.indo)....	144
Gambar 4. 31 Budgeting Corporate Communication 2023	146
Gambar 4. 32 Model Analisis Strategi <i>Corporate Communications</i> Dalam Membangun <i>Corporate Reputation</i> Perusahaan.....	170
Gambar 4. 33 Instagram @kresnaadiprawira.....	172
Gambar 4. 34 Konten QnA IG Stories Informan 2, Direktur Utama Elitery (source by IGS @kresnaadiprawira)	173
Gambar 4. 35IDX Channel “Strategis & Ekspansi Bisnis Data Sinergitama Jaya Pasca IPO Elitery” (01/09/2023) sumber : IDX Channel Youtube.....	174