



**STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION DEXA GROUP DALAM
MENINGKATKAN CORPORATE IMAGE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

BRIANCA OCTORIA KITI

44211010021

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION
DEXA GROUP DALAM MENINGKATKAN
CORPORATE IMAGE**

Nama : Brianca Octoria Kiti

NIM : 44211010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, April 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Ira Purwitasari S.Sos.,M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION
DEXA GROUP DALAM MENINGKATKAN
CORPORATE IMAGE**

Nama : **BRIANCA OCTORIA KITI**

NIM : **44211010021**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Public Relations**

Jakarta, April 2015

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

(Ira Purwitasari S.Sos,M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION DEXA
GROUP DALAM MENINGKATKAN CORPORATE
IMAGE**

Nama : BRIANCA OCTORIA KITI

NIM : 44211010021

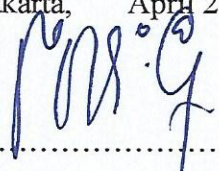
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, April 2015

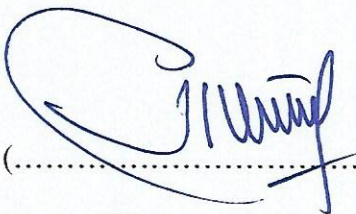
Ketua Sidang,

Novi Erlita S.Sos,M.A

(.....)

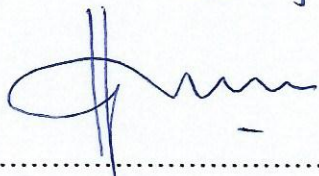
Penguji Ahli,

Juwono Tri Atmodjo S.Sos,M.Si

(.....)

Pembimbing I

Ira Purwitasari S.Sos,M.Ikom

(.....)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Corporate Communication Dexa Group dalam Meningkatkan Corporate Image Dexa Group** dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, maka dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ira Purwitasari S.Sos.,M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini
2. Juwono Tri Atmodjo S.Sos.,M.Si, Novi Erlita S.Sos., M.A dan Dr. Farid Hamid Umarela M.Si serta Dosen program S1 Reguler Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Karyanto S. Farm.,M.M selaku Manager *Corporate Communication* Dexa Group, Tazri Septiadi S.I.Kom selaku *Senior Officer Marketing Communication* Dexa Group, dan Agustina Liliarsari S.T selaku *Senior Officer Printed Media Corporate Communication* Dexa Group yang bersedia untuk menjadi narasumber utama dan narasumber pendukung bagi

peneliti serta Dita Permata Sari, S.Psi selaku masyarakat yang sudah bersedia menjadi narasumber pendukung bagi peneliti.

4. Ibu Caruniati dan babe Herry Rachmat N. tercinta, terimakasih atas kasih sayang dan pengorbanan kalian yang tidak pernah berhenti, mendoakan, membiayai, merawat dan mengasuh saya semenjak dalam kandungan dan tidak pernah meminta imbalan sepeserpun. Kalian adalah yang terhebat dalam hidup saya.
5. Eyang dan mbah putri yang selalu mendoakan saya, merawat dan mencintai saya seakan merawat anaknya sendiri
6. Kakakku Aneke Veta Italia dan kakak iparku Carsten Gladen yang suka menasihati, dan mendorongku untuk menjadi lebih baik
7. Rahmat Hidayat, pendamping saya saat ini dan Insha Allah hingga akhir nanti, terimakasih atas support dan semangat yang terus mengalir untukku
8. Teman-teman saya, Evi Enitari Napitupulu, Yuligar Ratih Pamungkas, Meiga Gayanti, Tri Utami Retno Wulandari, Joshua Renaldo. Terimakasih atas segala pengalaman yang kalian berikan, teman seperjuangan dan teman yang saling men-support satu sama lain
9. Seluruh teman di Universitas Mercu Buana atas kebersamaan kita selama melaksanakan perkuliahan
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
ABSTRAK		
KATA PENGANTAR		i
DAFTAR ISI		iii
BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Fokus Penelitian.....	6
1.3	Identifikasi Masalah	6
1.4	Tujuan Peneliti.....	7
1.5	Manfaat Penelitian	8
1.5.1	Manfaat Akademis.....	8
1.5.2	Manfaat Praktis.....	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1	Komunikasi	9
2.1.1	Pengertian Komunikasi	9
2.1.2	Fungsi Komunikasi	10
2.1.3	Proses Komunikasi Primer dan Sekunder	11
2.2	Public Relations	13
2.2.1	Pengertian Public Relations	13
2.2.2	Fungsi Public Relations	15
2.2.3	Kegiatan Public Relations	16
2.2.4	Media Public Relations	18
2.3	Corporate Communicaton	21
2.3.1	Pengertian Corporate Communication	21
2.3.2	Peran Corporate Communication	24

2.3.3	Fungsi Corporate Communication	25
2.3.4	Tugas Utama Corporate Communication	27
2.3.5	Kedudukan Corporate Communication Dalam Organisasi	28
2.4	Komunikasi Organisasi	28
2.4.1	Pengertian Organisasi	28
2.4.2	Pengertian Komunikasi Organisasi	29
2.4.3	Fungsi Komunikasi Organisasi	29
2.4.4	Dimensi Komunikasi Dalam Organisasi	30
2.5	Citra	32
2.5.1	Pengertian Citra	32
2.5.2	Jenis-Jenis Citra	33
2.5.3	Peran Citra Bagi Perusahaan	34
2.5.4	Manfaat Citra Bagi Perusahaan	36
2.6	Strategi Komunikasi Corporate Communication.....	37
2.6.1	Strategi Corporate Communication	37
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1	Paradigma	39
3.2	Tipe Penelitian	40
3.3	Metode Penelitian	40
3.4	Subyek penelitian	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6	Teknik Analisis Data	47
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	51

4.1.1	Brand Dexa Medica	54
4.1.2	Visi dan Misi Dexa Medica	55
4.1.3	Corporate Communication Dexa Group	55
4.1.4	Struktur Organisasi Corporate Communication Dexa Group ..	58
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Tugas Utama dan Tanggungjawab Corporate Communication Dexa Group	63
4.2.2	Citra Dexa Group Saat Ini	77
4.2.3	Strategi Corporate Communication Dexa Group dalam Meningkatkan Corporate Image	79
4.2.4	Kendala dalam Implementasi Strategi Corporate Communication	85
4.2.5	Tolak Ukur Keberhasilan	86
4.3	Pembahasan	88
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	95
5.2.1	Saran Akademis	95
5.2.2	Saran Praktis	96

DAFTAR PUSTAKA

CURRICULUM VITAE

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Brand Dexa Medica	54
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Corporate Communication Dexa Group	60
Tabel 4.2 Media Internal Portal Dexa Group	65
Tabel 4.3 Media Internal Media Kita	67
Tabel 4.4 Media Monitoring	68
Tabel 4.5 Email Blast dan Poster	69
Tabel 4.6 Website Dexa Medica	70
Tabel 4.7 Kabar Sehat Online	71
Tabel 4.8 Tabloid Kabar Sehat	72
Tabel 4.9 Jurnal Farmasi MEDICINUS	73
Tabel 4.10 Media Gathering dan Media Placement	74
Tabel 4.11 Photo and Documentation	75
Tabel 4.12 Government Relations	76
Tabel 4.13 Strategic Map Corporate Communication Dexa Group	81