



**STRATEGI CORPORATE COMMUNICATION BMRI MELALUI
PROGRAM MANDIRI KARNAVAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA DAN LOYALITAS PEGAWAI**

SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Aulia Syifa Ramadhani

44221010053

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Syifa Ramadhani
NIM : 44221010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Corporate Communication BMRI Melalui Program Mandiri Karnaval Dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pegawai.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2025



(Aulia Syifa Ramadhani)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aulia Syifa Ramadhani
NIM : 44221010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Corporate Communication BMRI Melalui Program Mandiri Karnaval dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pegawai.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.IKom ()
NIDN : 0726067701
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, MA ()
NIDN : 0317089402


MERCU BUANA

Jakarta, 25 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Syifa Ramadhani
NIM : 44221010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Corporate Communication BMRI Melalui Program Mandiri Karnaval Dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pegawai.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2025

Yang Menyatakan,



10000
SEPULUH RIBU RUPIAH
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
82A08AMX148793066

(Aulia Syifa Ramadhani)

Nama : Aulia Syifa Ramadhani
NIM : 44221010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Corporate Communication BMRI Melalui Program Mandiri Karnaval dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pegawai
Dosen Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si

ABSTRAK

Rangkaian program internal perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk membuat pegawai merasa nyaman dan sejahtera ketika berada pada lingkungan pekerjaannya. Sama halnya dengan Bank Mandiri, mempunyai program Mandiri Karnaval yang diadakan setiap tahun sebagai salah satu upaya program internal yang ditujukan kepada pegawai sebagai bentuk apresiasi dan sarana hiburan dalam rangka merayakan Hari Ulang Tahun Perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi Corporate Communication yang diterapkan Bank Mandiri melalui Program Mandiri Karnaval yang dijalankan secara eksklusif bagi para pegawainya dan diharapkan mampu menjadi manifestasi upaya dalam meningkatkan semangat produktivitas kinerja dan loyalitas pegawai terhadap perusahaan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Corporate Communication yang diterapkan Bank Mandiri Melalui Program Mandiri Karnaval mengacu pada teori strategi Corporate Communication yang dikemukakan oleh Paul Argenti dengan kerangka kerja yang meliputi strategi organisasi, audiens, penyampaian pesan dan respon audiens. Melalui serangkaian proses tersebut, dinyatakan bahwa strategi yang dirancang oleh Corporate Communication Bank Mandiri melalui program Mandiri Karnaval telah berhasil menjadi upaya yang dapat meningkatkan semangat kinerja dan perasaan loyal pegawai Bank Mandiri kepada perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Communication, Strategi, Strategi Corporate Communication, Mandiri Karnaval*

Name : Aulia Syifa Ramadhani
NIM : 44221010053
Study Program : *Communication Science*
Thesis Report Title : *BMRI's Corporate Communication Strategy Through The Mandiri Karnaval Program To Improves Employee Performance and Loyalty*
Supervisor : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si

ABSTRACT

A series of internal company programs plays a crucial role in making employees feel comfortable and prosperous when they are at work. Similarly, Bank Mandiri has a Mandiri Karnaval program, which is held annually as one of the internal program efforts aimed at employees as a form of appreciation and means of entertainment in order to celebrate the company's birthday.

This research was conducted to find out the corporate communication strategy applied by Bank Mandiri through the Mandiri Karnaval Program, which is run exclusively for its employees and is expected to be a manifestation of efforts to increase the spirit of performance productivity and employee loyalty to the company.

This research uses a constructivistic paradigm with a qualitative approach of case study method with data collection techniques obtained from in-depth interviews and documentation. Data validity techniques in this study were carried out using source and method triangulation techniques.

The results showed that the corporate communication strategy implemented by Bank Mandiri through the Mandiri Karnaval Program refers to the theory of corporate communication strategy proposed by Paul Argenti with a framework that includes organizational strategy, audience, message delivery, and audience response. Through a series of processes, it is stated that the strategy designed by Bank Mandiri's Corporate Communication through the Mandiri Carnival program has succeeded in being an effort that can increase the spirit of performance and feelings of loyalty of Bank Mandiri employees to the company.

Keywords: *Corporate Communication, Strategy, Corporate Communication Strategy, Mandiri Karnaval.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul Strategi Corporate Communication BMRI Melalui Program Mandiri Karnaval Dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pegawai.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari banyak pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir Skripsi. Maka peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam segala hal selama proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini, antara lain ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, tenaga, kesabaran serta ilmu dalam membimbing peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom selaku Ketua Sidang yang telah memberikan waktu, peluang, tenaga dan ilmu ketika menjadi dewan penguji peneliti dalam menyelesaikan proses sidang akhir Skripsi ini.
3. Bapak Engga Probi Endri, MA selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberikan waktu, peluang, tenaga dan ilmu ketika menjadi dewan penguji penelit dalam menyelesaikan proses sidang akhir Skripsi ini.
4. Orang tua saya, Bapak Dayu Rusanto dan Ibu Dwi Rahayu Kusumastuti yang peneliti sayangi dan cintai atas segala bentuk dukungan, pengorbanan

secara moral maupun materi dan atas doa-doa yang mereka panjatkan demi kelancaran dan keteguhan hati peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik.

5. Aulia Qur'aini, Zulfian Firnandi dan Aulia Zahra Ghaniyya sebagai kakak dan adik dari peneliti yang memberikan dukungan dan rasa bahagia dalam mengerjakan Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmunya kepada peneliti selama proses perkuliahan.
7. Kepada seluruh pihak Bank Mandiri yang bersedia dan meluangkan waktunya sebagai informan wawancara penelitian ini dan memberikan respon yang sangat baik kepada peneliti hingga akhirnya Tugas Akhir Skripsi ini bisa dikerjakan dengan baik.
8. Kepada pemilik NIM 44222010189 yang telah memberikan semangat kepada peneliti dan selalu menemani saat peneliti membutuhkan tempat untuk bertukar pikiran selama penyusunan dan pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini. Terima kasih atas segala doa, waktu, usaha dan motivasi yang diberikan kepada peneliti selama proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.
9. Kepada semua teman-teman, sahabat dan pendukung kehidupan perkuliahan peneliti Fatwa Adelia, Kak Rinda, Lintang Mayzalia, Audrey Khirani, Najmah Tsaqibah, Devina Amadea, Desti Prasasti, Hasna Huwaida, Shafa Marcellina, Hilda Nathania, Nabila Dzulfa dan Amelia

Putri yang sudah menemani dan memberikan dukungan moral yang positif kepada peneliti dalam proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

10. Kepada seluruh teman-teman Public Relations 2021 yang sudah membantu dan menjadi sumber pertukaran informasi pada saat masa-masa perkuliahan yang telah peneliti jalani dari semester awal hingga akhir.

11. Kepada seluruh gerai Kopi Kenangan, Kopi Tuku, Point Coffee dan coffee shop lainnya yang pernah peneliti datangi dan menjadi pelengkap yang menemani peneliti mengerjakan penelitian ini dari awal hingga akhir proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

12. Serta kepada seluruh pihak yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung pada proses penyelesaian penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada keluarga dan teman-teman serta semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2025

Peneliti



Aulia Syifa Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	27
2.2.1 Komunikasi Organisasi	27
2.2.1.1 Strategi Komunikasi	29
2.2.1.1.1 Strategi Corporate Communication	32
2.2.2 Corporate Communication	34
2.2.2.1 Peran dan Fungsi Corporate Communication.....	35
2.2.2.2 Tujuan Corporate Communication	36
2.2.3 <i>Employee Engagement</i>	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Subjek Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Profil Bank Mandiri.....	47
4.1.2 Logo Bank Mandiri	48
4.1.3 Struktur Organisasi Bank Mandiri	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Tujuan Diadakan Program Mandiri Karnaval	51
4.2.2 Strategi Bank Mandiri Dalam Melaksanakan Mandiri Karnaval 2024	53
4.2.2.1 Strategi Organisasi dan Audiens	53
4.2.2.2 Penyampaian Pesan.....	56
4.2.2.3 Respon Audiens	62
4.2.2.3.1 Evaluasi Mandiri Karnaval Terhadap Respon Pegawai Bank Mandiri	64
4.2.3 Keterlibatan Media Massa dan Media Sosial Eksternal terhadap Mandiri Karnaval.....	66
4.2.4 Hambatan/Kendala pada Pelaksanaan Mandiri Karnaval.....	67
4.3 Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83

5.2.1 Saran Akademis	84
5.2.2 Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kepegawaian Bank Mandiri 2021 – 2023	5
Gambar 1. 2 Rangkaian Acara Hari Ulang Tahun Bank Mandiri ke-25 Tahun 2023 ..	6
Gambar 1. 3 Mandiri Karnaval Sebagai Acara Internal.....	7
Gambar 1. 4 Mandiri Karnaval 2024	8
Gambar 1. 5 Treasure di Mandiri Karnaval 2024	9
Gambar 1. 6 Respon Publik Tentang Mandiri Karnaval 2024.....	10
Gambar 4. 1 Logo Bank Mandiri	48
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Bank Mandiri	49
Gambar 4. 3 Mandiri Karnaval 2024 di Jakarta International Stadium	53
Gambar 4. 4 Keseruan Mandiri Karnaval Melalui Sudut Pandang Peserta	56
Gambar 4. 5 E-Booklet Mandiri Karnaval 2024.....	57
Gambar 4. 6 Rundown Acara dalam E-Booklet Mandiri Karnaval 2024	58
Gambar 4. 7 Respon dan Antusiasme Mandiri Karnaval 2024.....	59
Gambar 4. 8 Himbauan dan Panduan Wristband Peserta Mandiri Karnaval 2024.....	60
Gambar 4. 9 Mandiri Karnaval 2024	62
Gambar 4. 10 Respon Peserta Mandiri Karnaval Tentang Nuansa Acara	68
Gambar 4. 11 Campaign ‘POV Kakak Panitia’ sebagai Unofficial Statement Mandiri Karnaval 2024	69
Gambar 4. 12 Flowchart Temuan Penelitian Konsep Paul Argenti	71