



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI

ABSTRAK

DIYAH INDRIYAWATI (55209110053)
STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SECRETARY
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus pada Kantor Pusat PERUM Pegadaian Jakarta)

Eksistensi Perusahaan tidak hanya diukur oleh seberapa besar keuntungan yang diperoleh, tapi juga sejauh mana ia berhasil meningkatkan dan memelihara Citra Perusahaan pada masyarakat sekitarnya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bagaimana tahapan proses penyusunan dan perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi Sekretaris Perusahaan khususnya yang terkait dengan strategi komunikasinya. Sebagai pelaku komunikasi, Sekretaris Perusahaan diharapkan mampu menyusun strategi dalam mewujudkan visi tersebut. Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Sekretaris Perusahaan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan .

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) Bagaimana Proses Analisis Situasi Pra Perencanaan Strategi Komunikasi Corporate Secretary (2) Bagaimana Penyusunan dan Perencanaan Sekretaris Perusahaan Dalam Meningkatkan Citra (3) Bagaimana Pelaksanaan Sekretaris Perusahaan Dalam Meningkatkan Citra (4) Bagaimana Evaluasi Strategi Komunikasi Sekretaris Perusahaan Dalam Meningkatkan Citra .

Konsep dalam penelitian ini mengacu pada proses komunikasi yang dikemukakan Scott M.Cutlip and Allen H.Centre. Penelitian ini bersifat kualitatif, dengan tipe deskriptif kualitatif, dan menggunakan pendekatan studi kasus, paradigma penelitian ini adalah post positivisme. teknik pengumpulan data primer adalah melalui wawancara terstruktur , sedangkan data primer didapatkan melalui teknik observasi, studi dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian dengan mengurai proses perencanaan dan , penyusunan, pelaksanaan dan evaluasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi di PERUM memadukan strategi pemasaran dan bisnis. Sekretaris Perusahaan menjalankan fungsi fasilitator dalam proses strategi komunikasi dengan kerjasama dan dukungan paling besar dari Divisi –divisi lain khususnya divisi Gadai, .

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Perusahaan Umum, Citra Perusahaan.



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI

ABSTRACT

DIYAH INDRIYAWATI (55209110053)

SECRETARY CORPORATE COMMUNICATIONS STRATEGY
INCREASE IN ITS IMAGE (Case Studies in Jakarta Pawnshop Office)

The company's existence is not only measured by how big profits, but also the extent to which he succeeded in improving and maintaining the company image in the surrounding community, research is based on how the stages of the process of preparation and planning, implementation and evaluation of the Company Secretary particularly with regard to its communications strategy. As communicators, Company Secretary is expected to develop strategies to realize the vision. Problem formulated in this study is How Communication Strategy in Improving Corporate Secretary Corporate Image.

This study aims to find out (1) How to Pre-Planning Situation Analysis Process Communication Strategy Corporate Secretary (2) How Preparation and Planning Improving the image of the Company Secretary (3) How to Improve Implementation of Corporate Secretary in Citra (4) How to Evaluate Communication Strategies in Improving Corporate Secretary image. The concept in this study refers to the communication process and put forward Scott Allen H.Centre M.Cutlip. This study is qualitative, with the type of qualitative descriptive, and uses a case study approach, this research paradigm is post positivism. primary data collection technique is through structured interviews, while the primary data obtained through observation techniques, documentation and literature studies.

To parse the results of research and planning process, preparation, implementation and evaluation indicates that the communication strategy in PERUM integrating marketing and business strategy. Company Secretary function facilitators in the process of cooperation and communication strategies with the greatest support from other divisions, especially the division Pawn.

Keywords: Communication Strategy, Corporate Communications Public, Corporate Image.