

TESIS

FUNGSI DAN PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

(Studi Kualitatif di PT. ZMG Indonesia)



EKA RINI WIDYA ASTUTI
NIM. 071148003

PROGRAM STUDI MAGISTER MEDIA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015

**FUNGSI DAN PERAN *CORPORATE COMMUNICATION*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA
PERUSAHAAN**

(Studi Kualitatif di PT. ZMG Indonesia)



EKA RINI WIDYA ASTUTI
NIM. 071148003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MEDIA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015**

**FUNGSI DAN PERAN *CORPORATE COMMUNICATION*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA
PERUSAHAAN**

(Studi Kualitatif di PT. ZMG Indonesia)



TESIS

Untuk memperoleh Gelar Magister
Dalam Program Studi Media Ilmu Komunikasi
pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Airlangga

Oleh :

Nama : Eka Rini Widya Astuti

NIM : 071148003

**PROGRAM MAGISTER MEDIA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015**

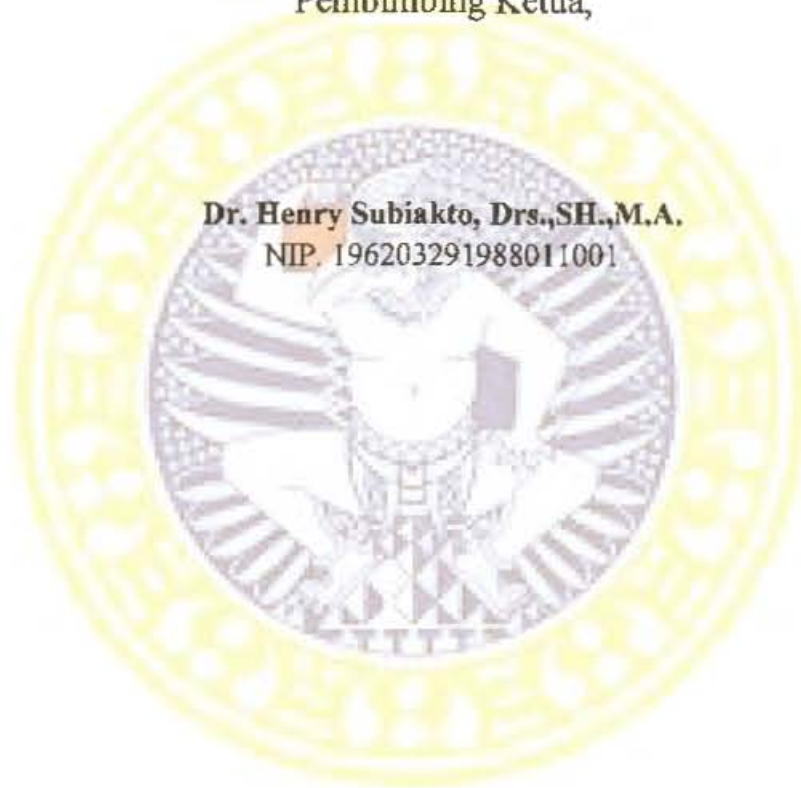
LEMBAR PERSETUJUAN

TESIS INI TELAH DISETUJUI DAN DIREVISI

Tanggal : 2015

Oleh,

Pembimbing Ketua,




**Mengetahui,
Ketua Program Studi**

Prof. Rachmah Ida, Dra.,M.Comms.,Ph.D.
NIP. 196905241993032001

PERNYATAAN ORIGINALITAS PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lainnya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.



Surabaya, 01 Juli 2015

Yang Membuat Pernyataan

Eka Rini Widya Astuti

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur kehadiran Tuhan yang telah banyak memberikan petunjuk dan juga kemudahan, sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul : **“Fungsi Dan Peran *Corporate Communication* Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kualitatif di PT. ZMG Indonesia)”**, Sebagai tanda rasa syukur saya, semua pengalaman selama proses penulisan tesis ini akan saya jadikan sebagai refleksi atas diri saya untuk kemudian akan saya implementasikan dalam bentuk sikap dan perilaku konstruktif dan produktif untuk kebaikan dan perilaku saya.

Selesainya tesis ini tidak lepas dari peranan dan dukungan yang telah diberikan, dan pada kesempatan yang berbahagia ucapan terima kasih disampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Henri Subiako, Drs., M.Si., sebagai pembimbing tunggal saya yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan bimbingan serta saran yang bermanfaat.
2. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya jurusan Media an Komunikasi.
3. Seluruh jajaran karyawan PT. ZMG Indonesia, khususnya para informan yang banyak membantu kepada penulis dalam pengumpulan data – data tesis.

4. Kedua orang tua saya, adik – adik saya dan putri saya yang selalu mendukung dan mendoakan penulis untuk meraih cita – cita sebagai seorang yang berakhlak mulia.
5. Sahabat dan kerabat Magister Media dan Komunikasi, khususnya angkatan 2011 yang banyak memberikan saran dan bantuan kepada penulis untuk menyusun tesis.
6. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – satu yang telah berperan sangat besar dalam penulisan tesis ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Tuhan. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 01 Juli 2015

Eka Rini Widya Astuti

RINGKASAN

Corporate Communication adalah fungsi manajemen yang menawarkan kerangka kerja untuk koordinasi yang efektif dari semua komunikasi internal dan eksternal dengan tujuan keseluruhan membangun dan mempertahankan reputasi yang menguntungkan dengan kelompok pemangku kepentingan di mana organisasi tergantung. *Corporate communication* merupakan aspek penting dari komunikasi yang dikelola secara baik dan profesional. Citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat-manfaat, yaitu daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap, menjadi perisai selama masa krisis, menjadi daya tarik eksekutif handal, meningkatkan efektivitas strategi penawaran jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan fungsi *Corporate Communication* dalam meningkatkan citra perusahaan PT. ZMG Indonesia. Jenis penelitian ini tergolong jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif data dideskripsikan secara naratif berdasarkan informasi yang diperoleh dari pelaku subjek penelitian subjektif. Divisi *Corporate Communication* PT ZMG Indonesia mempunyai fungsi sebagai alat komunikasi dua arah (timbang balik), dan mengatur arus pesan, demi meningkatkan citra positif. PT ZMG Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi yang melayani publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu, divisi *Corporate Communication* di PT ZMG Indonesia berperan sebagai juru bicara yang mewakili perusahaan dalam memberi segala informasi yang ada. Dengan adanya peningkatan peran dan fungsi maka relasi atau pihak eksternal akan memberikan citra yang positif terhadap PT ZMG Indonesia, perusahaan harus pandai mengidentifikasi dari relasi selain internalnya. PT ZMG Indonesia memiliki relasi internal dan relasi eksternal yang mana *corporate communication* harus pandai membawa relasi – relasi ini, serta mengidentifikasi relasi – relasi ini untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan citra positif perusahaan terhadap relasi – relasi tersebut.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Public Relations, Corporate Communication dan Citra Perusahaan

SUMMARY

Corporate Communications is a management function that offers a framework for effective coordination of all internal and external communications with the overall goal of establishing and maintaining a favorable reputation with stakeholder groups in which the organization depends. Corporate communication is an important aspect of the communication is managed properly and professionally. Good corporate image and strong has benefits, namely the competitiveness of medium and long-term steady, a shield during the crisis, the main attraction of the executive reliable, increasing the effectiveness of the strategy service offering.

This study aims to determine the role and function of Corporate Communication in improving the company image PT. ZMG Indonesia. This type of research is classified as descriptive research with a qualitative approach to the data described in a narrative based on information obtained from the offender subjective research subjects. Division Corporate Communication PT ZMG Indonesia has a function as a means of two-way communication (reciprocal), and regulate the flow of messages, in order to enhance the positive image. ZMG Indonesian PT is a company engaged in the field of public telecommunication services that serve internal and external. Therefore, Corporate Communications division at PT ZMG Indonesia serves as the spokesman who represents the company in providing all available information. With the increase in the role and function of the relation or external parties will provide a positive image of PT ZMG Indonesia, the company must be good at identifying of relationships other than internal. PT ZMG Indonesia has internal relations and external relations where corporate communication must be good to bring the relationship - these relationships, and identify relationships - relationships to achieve corporate objectives that enhance the positive image of the company relations - the relation.

Keywords : Organizational Communication, Public Relations, Corporate Communications and Corporate Image