

ABSTRAK

Fungsi dari divisi *corporate communication*, yaitu untuk menjembatani masalah komunikasi tersebut. Apabila dikaitkan dengan model komunikasi Shannon dan Weaver, adalah bagaimana *noise* harus diantisipasi dan dihilangkan, untuk memperbaiki hubungan antara penerima dan pengirim pesan, sehingga pesan dari si pengirim dapat diterima sesuai dengan yang diinginkannya kepada si penerima pesan. divisi *corporate communication*, sebagai pihak yang mengirim pesan kepada khalayaknya, mereka harus mengirim pesan yang diinginkan perusahaan terhadap karyawan, misalnya visi misi perusahaan, maka pesan-pesan yang diinginkan perusahaan seharusnya benar sampai dan diterima dengan baik oleh karyawan.

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.

Fungsi *Corporate Communication* di PT ZMG Indonesia sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dengan karyawan, bisa dilihat, misalnya, saat menyosialisasikan penerapan *Code of Business Principle* (COBP) kepada karyawan. COBP ini merupakan program yang dikeluarkan oleh perusahaan mengenai prinsip kode etik berbisnis yang harus ditaati oleh semua karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *Corporate Communication* PT ZMG Indonesia telah menjalankan fungsinya pada sejumlah kompetensi manajemen untuk bekerja dan bertahan sebaik mungkin. Divisi *Corporate Communication* PT ZMG Indonesia mempunyai fungsi sebagai alat komunikasi dua arah (timbal 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. Sebagai faktor yang menjadi penghambat, diantaranya program *Corporate Communication* PT ZMG Indonesia adalah ketika ada isu misalnya bulan februari kami mau membuat gebrakan kemudian dibulan itu ada demo ya sudah kami akan undur, atau di batalkan. Mengenai faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan kegiatan *corporate communications*, kurangnya kemampuan dan kesadaran tim di dalam seksi untuk memberikan informasi kepada atasan, tidak kompaknya tim dan tidak profesionalnya tim. Menyangkut faktor-faktor pendukung dan penghambat, memiliki SDM yang baik merupakan salah satu yang menjadi pendukung dalam meningkatkan citra perusahaan. Dan yang menjadi penghambat adalah kondisi dan situasi di lapangan dalam hal ini keadaan di perusahaan.

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

ABSTRACT

The function of corporate communication divisions, namely to bridge the communication problem. When linked with the communication model of Shannon and Weaver, is how noise should be anticipated and eliminated, to improve the relationship between the recipient and the sender of the message, so the message from the sender can be received in accordance with what he wanted to the recipient. corporate communications division, as the party who sent the message to the audience, they must send the desired message to the company employees, such as vision and mission of the company, then the message desired message to the company should correct and well received by employees.

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.

Corporate Communications function in the PT ZMG Indonesia as a bridge of communication between management and employees, can be seen, for example, when the application socialize Code of Business Principles (COBP) to employees. COBP is a program issued by companies doing business on the principles of the code of conduct that must be adhered to by all employees. The results showed that, Corporate Communication PT ZMG Indonesia has been running function on a number of management competence to work and survive as best as possible. 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. As an inhibiting factor, including Corporate Communication program ZMG Indonesian PT is when there are issues, for example in February we want to create a buzz and then yesterday it was no demo so already we will withdraw, or canceled. Regarding the factors that become an obstacle in the implementation of corporate communications, lack of capacity and awareness of the team in the section to provide infromasi to superiors, not compact team and professional teams. Regarding the supporting factors and inhibitors, have good human resources is one of the supporters in improving the company's image. And that is the bottleneck is the condition and the situation on the ground in this situation in the company.

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