

## **STRATEGI CORPORATE COMMUNICATIONS KOMPAS GRAMEDIA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN**

<sup>1</sup>Nadya V.J. Rustandi

<sup>2</sup>Fajarina

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510

<sup>1</sup>[jeslynjejes@gmail.com](mailto:jeslynjejes@gmail.com)

<sup>2</sup>[fajarina@esaunggul.ac.id](mailto:fajarina@esaunggul.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Corporate Communications is the top management division of Kompas Gramedia whose task is to carry out planned and directed communication, management functions both internally and externally. With the developments in the world of technology and communication, people are increasingly aware of their role as controllers in society. The more available means to express opinions and the more free the public to express their opinions on something, including the performance of a company, this is very influential on the company's image. In this study, researchers chose to use descriptive qualitative research using the Type 2 (two) case study method, namely Single Case Design and Multi Case Analysis. The results of his research are Kompas Gramedia's Corporate Communications in selecting and developing strategies to maintain its corporate image, namely, formative research, strategy, tactics, and evaluative research. The results of this study use the nine steps of Ronald D. Smith's strategic public relations steps and communication barriers. The results of this study found the stages of communication strategies ranging from formative research to obtain information and analyze the situation at hand, then strategy, which is the overall organizational plan, covering what is to be achieved and how to achieve it. Tactics after the strategy is prepared, enter the tactics phase, which consists of choosing communication tactics to be used and implementing the strategic plan that has been prepared. Then the last evaluative research is a system of measuring the results of a project, program or campaign related to the initial purpose of the award obtained.*

**Keywords:** Strategy, Corporate Communications, Corporate Image

### **ABSTRAK**

*Corporate Communications merupakan divisi manajemen puncak dari Kompas Gramedia yang bertugas untuk melaksanakan komunikasi terencana dan terarah, fungsi manajemen baik secara internal maupun eksternal. Dengan adanya perkembangan di dunia teknologi dan komunikasi membuat masyarakat semakin sadar akan perannya sebagai controller dalam tatanan masyarakat. Semakin banyak sarana yang tersedia untuk menyampaikan pendapat dan masyarakat semakin bebas untuk menyampaikan opininya terhadap sesuatu, termasuk kinerja sebuah perusahaan hal ini sangat berpengaruh kepada citra perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus Tipe 2 (dua) yaitu Desain Kasus Tunggal dan Multi Kasus Analisis. Hasil penelitiannya adalah Corporate Communications Kompas Gramedia dalam memilih dan menyusun strategi untuk mempertahankan citra perusahaannya yaitu, formative research, strategy, tactics, and evaluative research. Hasil penelitian ini menggunakan tahapan the nine steps of strategic public relations Ronald D. Smith dan hambatan komunikasi. Hasil penelitian ini ditemukan terjadinya tahapan strategi komunikasi mulai dari formative research untuk mendapatkan informasi dan menganalisa situasi yang dihadapi, kemudian strategy yaitu keseluruhan rencana organisasi, meliputi apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Tactics setelah strategi disusun, memasuki fase taktik, yang terdiri dari pemilihan taktik komunikasi yang akan digunakan dan melakukan implementasi rencana strategis yang sudah disusun. Kemudian yang terakhir evaluative research merupakan sistem pengukuran terhadap hasil dari sebuah proyek, program atau kampanye yang terkait dengan tujuan awal penghargaan yang didapatkan.*

**Kata Kunci:** Strategi, Corporate Communications, Citra Perusahaan