

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Corporate Branding Perusahaan B2B PT. Alair Internasional Agung

Indra Agustian Safrudin

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74720&lokasi=lokal>

Abstrak

Corporate Branding merupakan hal yang penting dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam rangka membentuk kesan dibenak khalayaknya. Untuk itu strategi komunikasi yang sesuai dengan target khalayak tersebut sangatlah diperlukan. Tidak terkecuali perusahaan business to business (B2B) yang memiliki khalayak eksternal utama yaitu pelaku bisnis lain sebagai market mereka. PT. Alair Internasional Agung merupakan salah satu perusahaan B2B yang ada di Indonesia dan terbilang sukses melakukan serangkaian branding terhadap khalayak mereka. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat dan mendeskripsikan strategi komunikasi PT. Alair Internasional Agung dalam melakukan kegiatan corporate branding sebagai perusahaan B2B.

Penelitian ini menggunakan Teori Organisasi Moderen yang merupakan turunan turunan dari konteks komunikasi organisasi. Teori ini membahas bagaimana sebuah perusahaan perlu memiliki sistem dengan sifat yang terbuka dan menyesuaikan diri terhadap khalayaknya. Penelitian ini juga menggunakan konsep-konsep komunikasi dalam mendeskripsikan hasil, diantaranya konsep corporate branding dan konsep citra. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Untuk mengumpulkan data dan informasi peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi.

Peneliti melihat bahwa PT. Alair Internasional Agung melakukan serangkaian strategi komunikasi yang dilakukan berkala terhadap karyawan untuk membahas strategi branding perusahaan. Strategi ini dilakukan untuk membentuk citra atau kesan sebagai perusahaan bonafid yang menyediakan produk hidrokarbon terbaik. Saran peneliti untuk penelitian lain selanjutnya adalah menggunakan teori-teori lain yang relevan dengan aspek manajemen komunikasi khalayak eksternal, juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk mengukur efektivitas manajemen komunikasi dalam perusahaan B2B.