

# Daftar Isi

---

UCAPAN TERIMA KASIH	v
PARA KONTRIBUTOR	vii
KATA SAMBUTAN	xi
KATA PENGANTAR	xv

## 1

PENTINGNYA KOMUNIKASI KORPORAT	1
▪ Mengapa Komunikasi Korporasi Makin Dianggap Penting	4
▪ Perubahan Bisnis dari Konvensional ke Digital	7
▪ Bisnis Digital Menggerus bisnis konvensional	11

## 2

KAJIAN TEORETIS KOMUNIKASI KORPORAT	19
▪ Apa Itu Teori?	20
▪ Apa Arti Komunikasi	21
▪ Apa itu Komunikasi Korporat	23
▪ Tujuan Komunikasi Korporat	25
▪ Perubahan Pendekatan Bisnis	26

## 3

PERENCANAAN STRATEGIS KOMUNIKASI KORPORAT	39
▪ Apa itu Strategi?	40
▪ Strategi Komunikasi Korporat	41
▪ Kendala Perencanaan Strategis Komunikasi Korporat	43
▪ Model Perencanaan Strategis	45
▪ Implementasi Strategi Perubahan	49
▪ Tiga Tahapan Perencanaan Strategis Komunikasi	51
▪ Pentingnya Peran Pemimpin	53

<b>4</b>	
<b>REPUTASI KORPORAT</b>	<b>59</b>
▪ Reputasi Mendorong Bisnis	60
▪ Pentingnya Reputasi	62
▪ Model-model Reputasi	66
▪ Perusahaan Bereputasi Paling Baik Versi Media	70
<b>5</b>	
<b>HUBUNGAN DENGAN PEMERINTAH</b>	<b>77</b>
▪ Siapakah Pihak yang Memengaruhi Nilai Ekonomis Perusahaan?	78
▪ Hubungan dengan Pemerintah: Pentingnya Tim Andal	81
▪ Membina Hubungan dengan Pemerintah	83
▪ Tugas Hubungan Pemerintah	84
<b>6</b>	
<b>HUBUNGAN INVESTOR</b>	<b>91</b>
▪ Apa itu Hubungan Investor	92
▪ Pentingnya Hubungan Investor	93
▪ Memahami Audience	97
▪ Kerangka Kerja Hubungan Investor	98
▪ Media Komunikasi dengan Para Pemegang Saham	102
▪ Hubungan Investor di Era Digital	106
<b>7</b>	
<b>HUBUNGAN KOMUNITAS</b>	<b>109</b>
▪ Komunitas	111
▪ Bagaimana Kriteria Memilih Proyek	116
▪ Bagaimana Memilih Mitra LSM/Organisasi Kemasyarakatan yang Baik	117
<b>8</b>	
<b>KOMUNIKASI ERA DIGITAL DAN HUBUNGAN MEDIA</b>	<b>125</b>
▪ Dinamika Bisnis Ritel	126
▪ Dinamika Bisnis Transportasi	127
▪ Dinamika Bisnis Perhotelan	128
▪ Berbagai Perubahan Bisnis	128
▪ Welcome to the Jungle	128



▪ Media Digital: Momentum Efisiensi	129
▪ Disrupsi Tak Terelakkan	131
▪ Faktor yang Memengaruhi Praktik Komunikasi Korporat	136
▪ Mainstream dan Non-Mainstream Media di Indonesia	137
▪ Menjalin Hubungan dengan Media	138
▪ Mengenali Media	146

## 9

<b>HUBUNGAN INTERNAL (INTERNAL RELATIONS)</b>	<b>153</b>
---	------------

▪ Apa itu Komunikasi Internal	155
▪ Mengapa Komunikasi Internal Penting	157
▪ Peran Pimpinan Perusahaan	161
▪ Memahami Karyawan Lintas Generasi	166
▪ Komunikasi Internal dalam Keberagaman Budaya	172
▪ Hubungan Internal di Era Digital	177

## 10

<b>MEMBANGUN BUDAYA KORPORAT</b>	<b>187</b>
----------------------------------	------------

▪ Apa itu Budaya Perusahaan?	188
▪ Fungsi Budaya Perusahaan	190
▪ Pengaruh Pendiri	193
▪ Proses Selanjutnya	194
▪ Teori Budaya Organisasi	195
▪ Membangun Budaya Perusahaan	199

## 11

<b>PERUBAHAN DAN KOMUNIKASI DALAM KRISIS</b>	<b>215</b>
--	------------

▪ Perubahan di Badan Usaha Milik Negara – Perusahaan Multinasional	217
▪ Isu dan Krisis	218
▪ Krisis dalam Perusahaan	220
▪ Pengertian Krisis	221
▪ Komunikasi di Kala Krisis	228
▪ Media Massa sebagai Partner Komunikasi Krisis	231

## 12

<b>TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT SEBAGAI KEWAJIBAN KORPORAT</b>	<b>241</b>
--	------------



▪ Perkembangan CSR	243
▪ Dilema CSR	245
▪ Regulasi CSR di Indonesia	252
▪ Belajar dari beberapa BUMN	256
▪ Memadukan CSR dan PSR	258

PARA PENULIS	229
--------------	-----

