

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

4	REPUTASI KORPORAT	59
▪ Reputasi Mendorong Bisnis	60	
▪ Pentingnya Reputasi	62	
▪ Model-model Reputasi	66	
▪ Perusahaan Bereputasi Paling Baik Versi Media	70	
5	HUBUNGAN DENGAN PEMERINTAH	77
▪ Siapakah Pihak yang Memengaruhi Nilai Ekonomis Perusahaan?	78	
▪ Hubungan dengan Pemerintah: Pentingnya Tim Andal	81	
▪ Membina Hubungan dengan Pemerintah	83	
▪ Tugas Hubungan Pemerintah	84	
6	HUBUNGAN INVESTOR	91
▪ 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	
7	HUBUNGAN KOMUNITAS	109
▪ Komunitas	111	
▪ Bagaimana Kriteria Memilih Proyek	116	
▪ Bagaimana Memilih Mitra LSM/Organisasi Kermasyarakat yang Baik	117	
8	KOMUNIKASI ERA DIGITAL DAN HUBUNGAN MEDIA	125
▪ 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	
HUBUNGAN INTERNAL (INTERNAL RELATIONS)	153
▪ 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	
MEMBANGUN BUDAYA KORPORAT	187
▪ Apa itu Budaya Perusahaan?	188
▪ Fungsi Budaya Perusahaan	190
▪ Pengaruh Pendiri	193
▪ Proses Selanjutnya	194
▪ Teori Budaya Organisasi	195
▪ Membangun Budaya Perusahaan	199
11	
PERUBAHAN DAN KOMUNIKASI DALAM KRISIS	215
▪ 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	
TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT SEBAGAI KEWAJIBAN KORPORAT	241

▪ Perkembangan CSR	243
▪ Dilema CSR	245
▪ Regulasi CSR di Indonesia	252
▪ Belajar dari beberapa BUMN	256
▪ Memadukan CSR dan PSR	258
PARA PENULIS	229

