UNIVERSITAS GADJAH MADA
**Evaluasi Strategi Komunikasi Kepemimpinan Menggunakan Strategic Employee Communication Model (Studi
Kasus Pada PT Beertiga Group Indonesia)**
Rianty Indah Handayani Pattipeilohy, Ely Susanto, S.IP., M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
INTISARI ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Pertanyaan Penelitian 12
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 13
1.5.1 Manfaat Akademis 13
1.5.2 Manfaat Praktis 13
1.6 Batasan Penelitian 14
1.7 Sistematika Penulisan 14
BAB II LANDASAN TEORI **16**
2.1 Kerangka Teori 16
2.1.1 Kepemimpinan Strategis (Strategic Leadership) 16
2.1.2 Komunikasi Kepemimpinan (Leadership Communication) 18
2.1.3 Komunikasi Organisasi (Organizational Communication) 20
2.1.4 Komunikasi Strategis (Strategic Communication) 21
2.1.5 Strategic Employee Communication Model 22
2.1.6 Komunikasi dalam Konteks Startup dan Organisasi Kreatif 25
2.1.7 Faktor Internal dan Eksternal dalam Efektivitas Komunikasi Kepemimpinan 26
2.2 Penelitian Terdahulu 29
BAB III METODE PENELITIAN **32**

Evaluasi Strategi Komunikasi Kepemimpinan Menggunakan Strategic Employee Communication Model (Studi
Kasus Pada PT Beertiga Group Indonesia)
Rianty Indah Handayani Pattipeilohy, Ely Susanto, S.IP., M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.1 Desain Penelitian 32
3.2 Metode Pengumpulan Data 33
3.3 Instrumen Penelitian 38
3.4 Metode Analisis Data 46
3.5 Profil Kasus 47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Komunikasi Strategis Organisasi di PT Beertiga Group Indonesia 49
4.1.1 Tujuan Strategis Perusahaan (Strategic Objectives) 49
4.1.2 Pesan yang Tepat Sasaran (Targeted Messages) 51
4.1.3 Manajemen yang Suportif (Supportive Management) 56
4.1.4 Penempatan Staf yang Tepat (Well-Positioned Staff) 63
4.1.5 Media dan Forum yang Efektif (Effective Media/Forums) 68
4.1.6 Asesmen Berkelanjutan (On-going Assessment) 72
4.1.7 Proses Terintegrasi (Integrated Processes) 75
4.2 Pembahasan 80
BAB V PENUTUP 95
5.1 Kesimpulan 95
5.2 Implikasi 97
5.2.1 Implikasi Akademis 97
5.2.2 Implikasi Praktis 98
5.3 Keterbatasan Penelitian 99
5.4 Saran 100
DAFTAR PUSTAKA 101

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Evaluasi Strategi Komunikasi Kepemimpinan Menggunakan Strategic Employee Communication Model (Studi
Kasus Pada PT Beertiga Group Indonesia)**
Rianty Indah Handayani Pattipeilohy, Ely Susanto, S.IP., M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Informan 39
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Co-Founder.....44
Tabel 3.3 Pedoman Wawancara Karyawan Lama & Baru.....47

Tabel 4.1 Keberhasilan, Tantangan dan Solusi Permasalahan PT Beertiga Group Indonesia 93

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Evaluasi Strategi Komunikasi Kepemimpinan Menggunakan Strategic Employee Communication Model (Studi
Kasus Pada PT Beertiga Group Indonesia)**
Rianty Indah Handayani Pattipeilohy, Ely Susanto, S.IP., M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategic Employee Communication Model 25
Gambar 4.1 Sistem Strategic Employee Communication PT Beertiga Group Indonesia 80