

KATA PENGANTAR EDITOR

Sistem manajemen kerja yang efektif, yang mampu menciptakan iklim kerja yang menyenangkan akan membuahkan perilaku anggota organisasi/perusahaan yang kondusif dan sesuai dengan misi perusahaan (korporasi). Untuk mengarahkan terciptanya mekanisme kerja yang efektif, perlu dibentuk suatu sistem manajemen yang strategis, yang dapat menggiatkan setiap unsur dalam perusahaan tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan ialah dengan manajemen komunikasi.

Pendekatan manajemen komunikasi dalam mengelola perusahaan (korporasi) kini semakin banyak dilakukan karena telah memberikan efek yang positif bagi anggota perusahaan dalam mencapai tujuannya. Strategi komunikasi yang dirancang dengan baik, tidak hanya memudahkan penyampaian informasi dalam suatu perusahaan, tetapi juga berdampak pada kegiatan pembentukan opini publik.

Manajemen komunikasi korporasi adalah bagaimana mengatur komunikasi korporasi (perusahaan) itu dengan sebaik-baiknya dalam hubungannya dengan semua stakeholdernya (pemegang saham, karyawan, investor, perbankan, pemerintah, pelanggan, pers, LSM, dan komunitas lingkungannya) agar dapat melaksanakan misinya dengan baik dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibil-*

ity) sebagai salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).

Buku Manajemen Komunikasi Korporasi yang ditulis oleh Prof. Dr. H. M. Ma'ruf Abdullah, SH. MM. M.Si. ini memberikan wacana baru dalam menjawab kebutuhan masyarakat mengenai sistem pengelolaan perusahaan melalui pendekatan manajemen komunikasi. Buku ini bisa menjadi panduan dan tuntunan dalam pengelolaan komunikasi sebuah korporasi yang baik. Dimulai dari ulasan tentang etika dalam praktik korporasi, lalu dilanjutkan dengan pemahaman CSR sebagai sebuah kebutuhan korporasi dengan melihatnya dari berbagai sudut pandang, bagaimana membangun komunikasi korporasi, hingga ilustrasi pengalaman pengelolaan CSR di Indonesia. Sebuah buku yang bisa menjadikan kita memahami konsep manajemen komunikasi korporasi tidak hanya dalam tataran teoritis tapi juga dibawa kepada ulasan yang lebih praktis.

Karenanya, buku ini tidak hanya bermanfaat bagi para mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, tetapi akan bermanfaat pula bagi pengusaha, pimpinan korporasi maupun masyarakat umum yang berkeinginan menambah wawasan intelektualnya dalam bidang manajemen dan komunikasi.

Semangat dan ketekunan penulis untuk senantiasa berkontribusi dalam dunia ilmiah memberikan spirit dan kebanggaan kepada kami untuk turut terlibat dalam proses editing buku ini. Terimakasih tidak terhingga atas amanah yang dipercayakan penulis kepada kami untuk menyunting tulisan beliau, semoga buku ini memberikan manfaat dan menjadi amal jariyah di sisi Allah swt.

Banjarmasin, 3 Februari 2015

Ttd,

Budi Rahmat Hakim