

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi organisasi Digital Amoeba dalam melakukan pembinaan dengan tenant startup. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi apa saja yang digunakan tim Digital Amoeba dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan new revenue, selain itu untuk melihat apakah perusahaan Digital Amoeba sudah menerapkan konsep *corporate communication* yang baik saat menjalankan pendekatan komunikasi dengan para tenant startup. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif dimana peneliti akan memberikan pemaparan atau gambaran umum mengenai bagaimana proses Digital Amoeba dalam menjalankan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode observasi, wawancara secara mendalam dengan empat orang informan, dan juga dokumentasi. Berdasarkan penelitian Digital Amoeba menggunakan konsep strategi komunikasi organisasi yang didukung dengan gaya penelitian komunikasi formal dan formal. Strategi komunikasi lainnya yang digunakan Digital Amoeba yaitu kegiatan Monitoring dan Evaluasi. Terakhir, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Digital Amoeba sudah cukup baik dan berhasil mencapai tujuan utama perusahaan yaitu menghasilkan new revenue bagi perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Organisasi, *Tenant Startup*, Inkubator Bisnis.