

## ABSTRAK

*Core values* menjadi dasar pondasi yang penting bagi perusahaan untuk menjalankan strategi bisnisnya serta menjadi dasar bagaimana budaya perusahaan dapat terbentuk. Paragon Corp memiliki 5 *core values* dan 7 *Basic Identity* yang menjadi landasan serta identitas baik bagi Paragonian maupun Paragon Corp. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi internal Paragon Corp memaksimalkan penggunaan Maskot Paraco sebagai *tools* untuk komunikasi internal di Paragon Corp. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan pengumpulan data, wawancara, dokumentasi dan observasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana maskot Paraco dapat menjadi suatu *tools* yang dapat memaksimalkan strategi komunikasi internal dalam mengkomunikasikan *core values* melalui tahapan-tahapan dalam perancangan strategi komunikasi. Adapun tahapan yang terbentuk adalah tahapan analisis situasi, perencanaan, implementasi, serta evaluasi. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bagaimana hasil dari implementasi *core values* ini terhadap Paragonian sehingga dapat membangun budaya yang sesuai dengan yang diharapkan Paragon Corp. Strategi komunikasi yang dilakukan Paragon Corp dalam mensosialisasikan *core values* dinilai baik. Akan tetapi, terdapat hal yang perlu menjadi perbaikan yaitu diperlukan adanya penggunaan maskot Paraco yang lebih komprehensif serta diperlukan adanya evaluasi mengenai dampak dari *core values* terhadap *behaviour* Paragonian.

Kata Kunci: *Budaya Organisasi, Core values, Identitas Perusahaan, Maskot Paraco, Strategi Komunikasi*