

ABSTRAK

Perkembangan ilmu dan teknologi saat ini memiliki dampak yang besar pada perusahaan dalam berbagai aspek. Salah satunya PT Bio Farma Bandung yang memiliki karyawan cukup banyak membutuhkan media komunikasi internal untuk membangun *internal relations* perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *employee relations* yang dilakukan oleh *corporate communication* melalui Bio Magz sebagai salah satu media komunikasi internal PT Bio Farma Bandung untuk membangun *internal relations* dilihat dari kesesuaian teori dari Cutlip dan Center (dalam Ruslan, 2010:278) mengenai program *employee relations*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program Bio Magz yang sudah dijalankan oleh *corporate communication* PT Bio Farma telah berhasil diimplementasikan untuk membangun *internal relations*. Hal tersebut dibuktikan dengan peran *corporate communication* yang telah berhasil mencakup semua karyawan dan semua kegiatan perusahaan dapat tercantum pada Bio Magz.

Kata Kunci: *Employee Relations, Corporate Communication, Internal Relations*