

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI YANG MEMPENGARUHI
TINGKAT PEMAHAMAN
(Analisis Eksplanatif Program ‘Kuliah Tamu PTFI’
Bulan Oktober 2010)



Oleh :

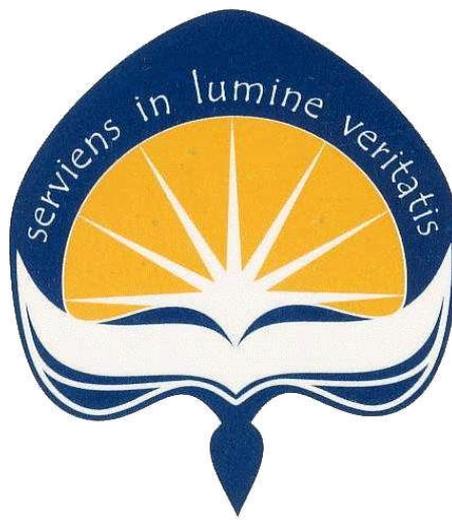
EMMELIA AYU PERDANA

060902930 / Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT PEMAHAMAN
(Analisis Eksplanatif Program ‘Kuliah Tamu PTFI’
Bulan Oktober 2010)



Diajukan Sebagai Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh :

EMMELIA AYU PERDANA

060902930 / Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Emmelia Ayu Perdana

No Mahasiswa : 060902930

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT PEMAHAMAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi mnegakkan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 22 Februari 2011

Saya yang menyatakan,



Emmelia Ayu Perdana

HALAMAN PERSETUJUAN

FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI YANG MEMPENGARUHI
TINGKAT PEMAHAMAN
(Analisis Eksplanatif Program 'Kuliah Tamu PTFI'
Bulan Oktober 2010)

SKRIPSI

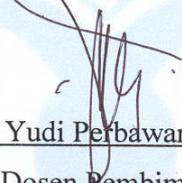
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Strata Satu (S.Sos) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

EMMELIA AYU PERDANA

NIM: 060902930 / KOM

Disetujui Oleh:



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M. Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT PEMAHAMAN
(Analisis Eksplanatif Program ‘Kuliah Tamu PTFI’
Bulan Oktober 2010)

PENYUSUN : EMMELIA AYU PERDANA
NIM : 06 09 02930

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada :

HARI : Rabu, 09 Februari 2011
WAKTU : 13.00 – 14.30 WIB
TEMPAT : Ruang Pendadaran Fisip UAJY

TIM PENGUJI

DR. MC NINIK SRI REJEKI, M. Si
Penguji Utama

DR PHIL. YUDI PERBAWANINGSIH, M. Si
Penguji I

G. ARUM YUDARWATI, SIP, M. Mktg Comen
Penguji II



*'Dan bukan hanya itu saja,
kita malah bermegah juga dalam kesengsaraan kita,
karena kita tahu, bahwa kesengsaraan itu menimbulkan ketekunan,
dan ketekunan menimbulkan tahan uji dan tahan uji menimbulkan
pengharapan, dan pengharapan tidak mengecewakan karena kasih Allah t
elah dicurahkan di dalam hati kita oleh Roh Kudus yang telah dikaruniakan
kepada kita.'* (Roma 5 : 3-5)

*Hanya bagi mu Yesus
Karena ku hanya ingin membuat Mu tersenyum hari ini
Bagi kedua orang tua ku
Dan adek ku tersayang
Ku hanya ingin membuat keluarga kecil ini
Selalu bahagia*

KATA PENGANTAR

Ucapan terimakasih serta pujian yang berlimpah kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat-Nya dan terang Roh Kudus-Nya, saya bisa menyelesaikan Skripsi ini. skripsi dengan judul FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PEMAHAMAN telah penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya. Tingkat pemahaman menjadi salah satu efek dalam proses komunikasi yang direncanakan terjadi dalam kuliah tamu PT Freeport Indonesia.

Tingkat pemahaman tersebut dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, kualitas pesan, dan karakteristuk audiens dan pengaruhnya semakin kuat pada audines dengan persepsi awal negatif. Oleh karena itu perusahaan dapat memberikan prioritas target audiens kuliah tamu ini yaitu mahasiswa dengan persepsi awal yang negatif sehingga peningkatan tingkat pemahamannya akan lebih signifikan.

Karya tulis ini dapat penulis selesaikan dengan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih pada :

1. Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih,M. Si selaku dosen pembimbing saya. Terimakasih bu atas bimbingan, dukungan serta kesabarannya dalam mendampingi Skripsi saya mulai dari proposal hingga akhirnya penelitian dan laporan ini telah selesai.

2. Ibu Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si ,selaku dosen penguji utama. Terimakasih atas saran dan kritik yang membangun sehingga saya dapat mengerti keterbatasan penelitian ini.
3. Ibu G. Arum Yudarwati, SIP, M. Mktg Comcn, selaku dosen penguji dua. Terimakasih atas kritik dan masukan yang membangun dalam penelitian ini. Wawasan yang tepat mengenai indikator dan pertanyaan dlaam kuesioner dapat menjadi masukan bagi saya dan bagi penelitian selanjutnya.
4. Ibu Sari Esayanti selaku senior staf PT Freeport Indonesia. Terimakasih atas penyelenggaraan kuliah tamu pada bulan Oktober 2010 dan terimakasih atas ijin yang diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terimakasih bu atas bimbingan dan kesabaran ibu dalam menjawab semua pertanyaan saya. Terimakasih atas perhatiannya selama ini.

Skripsi ini juga telah terlaksana berkat dukungan moral dan materi dari orang-orang terkasih dalam hidupku ucapan terimakasih dari hati yang terdalam saya ucapkan pada :

1. Keluargaku tercinta, papi-ku Mikhael Sugeng dan mami-ku Meila Ribut Mastuti. Makasih papi, mami buat kesabarannya nungguin dan memberi dukungan moral dan materiil sampai Ayu selesai Skripsi. Buat adekku Robertus Haryo Sanjaya yang tersayang. Akhirnya skripsi ku selesai. Makasih ya dek buat sindiran yang menyemangati aku.

2. Bulek Rini dan Bude Kris yang nemenin aku ngerjain skripsi di rumah dan selalu memberi dukungan biar ga males dan cepet selesai.
3. Keluarga besar ku di Jakarta dan Magelang yang memberikan dukungan selalu.
4. Terimakasih buat Keluarga Bukit Doa Yerusalem Baru atas semua bantuan doa dan dukungan. Selalu membawa ku untuk tidak mengandalkan manusia tetapi hanya Tuhan Yesus saja. Spesial buat Bu Rini yang dengerin semua curhat Skripsi ku. Makasih ya Bu untuk nasihat dan semangat untuk terus berdoa dan mengandalkan Tuhan. Sekarang Tuhan sudah jawab doa ku, Tuhan selesaikan Skripsi ku.
5. Teman-teman seperjuanganku Anin, Dee, Yiyin, Imas, Cece, makasih buat kebersamaan kita. Makasih udah dengerin keluh kesah ku dan membantu dengan doa. You are my greatest best friend. Makasih buat Arki, Rena, Yosi karena udah nemenin aku pendadaran. Itu sangat berarti buat aku. Buat Fajar dan Juni, makasih buat dukungan dan obral obrolnya yaa. Makasih sahabat.
6. Buat Mbak Merry, makasih ya mbak udah bantu aku input data dan makasih buat kasih sayang sebagai kakak ku. Buat dukungan semangat dan doanya. I miss u. Jangan lupa main ke Jogja. Buat Mbak Dissa, makasih udah ngajarin aku dengan sabar. Makasih juga buat mas Anton buat semua doa dan dukunganmu. Makasih udah menenin aku dan slalu ingatkan untuk berdoa dan menasihati dalam Tuhan.

7. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Terimakasih.

Menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna maka saya tidak menutup kemungkinan akan adanya kritik dan saran dari pembaca. Kritik yang membangun akan sangat bermanfaat bagi karya tulis ini. Akhir kata, saya ucapkan selamat membaca. Semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 22 Februari 2011

(Emmelia Ayu Perdana)

ABSTRAKSI

Kampanye adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi sehingga menciptakan efek yang telah direncanakan. Kampanye dilaksanakan dengan narasumber yang jelas, dilaksanakan dalam waktu tertentu, dan terorganisir. Dampak atau efek yang telah direncanakan salah satunya adalah pemahaman khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Tingkat pemahaman khalayak dapat diukur dari kemampuan menjelaskan materi, menyebutkan contoh, memberikan kesimpulan, dan meramalkan kecenderungan selanjutnya. Tingkat pemahaman juga dipengaruhi oleh beberapa hal yang termasuk dalam unsur atau faktor-faktor dalam komunikasi yaitu kredibilitas komunikator, kualitas pesan, karakteristik audiens, dan persepsi awal audiens terhadap penyelenggara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap tingkat pemahaman.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cross sectional survey. Kuesioner dibagikan kepada 196 orang yang mengikuti kuliah tamu PT Freeport Indonesia pada bulan Oktober 2010. Penelitian ini menggunakan total populasi dalam menentukan sampel. Uji pengaruh menggunakan teknik analisis korelasi, regresi, dan analisis split.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, kualitas pesan, dan karakteristik audiens dan pengaruh itu semakin kuat pada audiens yang memiliki persepsi awal negatif terhadap perusahaan.

Salah satu faktor yaitu kualitas pesan tidak berpengaruh secara signifikan dan secara langsung terhadap tingkat pemahaman. Hal ini disebabkan kualitas pesan tidak hanya bergantung pada karakteristik pesannya saja melainkan yang terpenting adalah pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan sehingga audiens memahami makna pesan yang disampaikan. Hal ini tidak berarti bahwa kualitas pesan menjadi tidak penting namun perlu ditambahkan bahwa pesan yang berkualitas bukan sekedar pesan dengan karakteristik yang berkualitas namun juga harus disampaikan oleh komunikator yang kredibel yang mampu memahami karakteristik audiens sehingga makna dari pesan tersebut dapat tersampaikan pada audiens dengan baik.

Kata kunci : kampanye, kredibilitas komunikator, kualitas pesan, karakteristik audiens, persepsi awal audiens, tingkat pemahaman

DAFTAR ISI

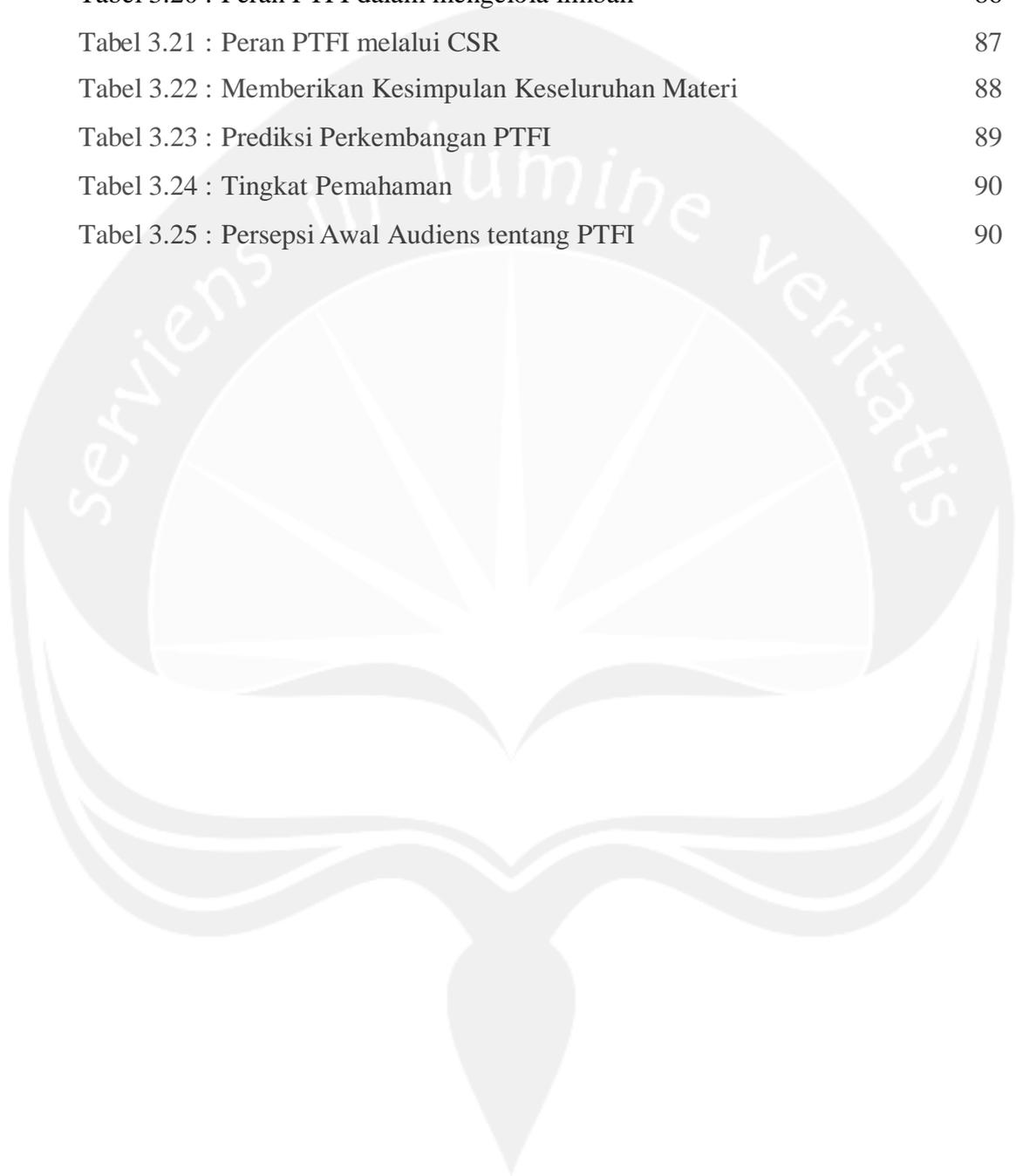
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	8
C. TUJUAN	9
D. MANFAAT	9
E. KERANGKA TEORI	9
1. <i>Public Relations</i>	9
2. Kampanye	12
F. KERANGKA KONSEP	33
G. HIPOTESIS	39
H. DEFINISI OPERASIONAL	41
I. METODOLOGI PENELITIAN	45
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. GAMBARAN UMUM PT FREEPORT INDONESIA	53

B. SEJARAH PT FREEPORT INDONESIA	55
C. VISI MISI PT FREEPORT INDONESIA	59
D. DEPARTEMEN <i>CORPORATE COMMUNICATIONS</i> PT FREEPORT INDONESIA	60
E. UNIT <i>EXTERNAL OUTREACH & INSTITUTIONAL RELATIONS</i>	63
F. KULIAH TAMU PTFI	67
 BAB III TEMUAN DATA DAN INTERPRETASI DATA	
A. TEMUAN DATA	71
1. Data Deskriptif	71
a. Kredibilitas Komunikator (X1)	71
b. Kualitas Pesan (X2)	79
c. Karakteristik Audiens (X3)	83
d. Tingkat Pemahaman (Y)	84
e. Pendapat Awal Audiens (<i>anchor</i>) (Z)	90
2. Data Eksplanatif	91
a. Pengaruh X terhadap Y	93
b. Pengaruh X terhadap Y Dikontrol Z	96
c. Analisis Split	100
B. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	101
 BAB IV PENUTUP	
A. KESIMPULAN	112
B. KRITIK DAN SARAN	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Hasil penelitian A+ CSR	2
Tabel 1.2 : Data Hasil Penghitungan Kuesioner Kuliah Tamu PTFI Tahun 2009	6
Tabel 1.3 : Uji Validitas Kredibilitas Komunikator (X1)	47
Tabel 1.4 : Uji Validitas Kualitas Pesan (X2)	47
Tabel 1.5 : Uji Validitas Tingkat Pemahaman (Y)	48
Tabel 1.6 : Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y	49
Tabel 2.1 : Universitas-universitas yang pernah dikunjungi	68
Tabel 2.2 : Jadwal Penelitian	70
Tabel 3.1 : Pembicara Menguasai Materi Presentasi	71
Tabel 3.2 : Pola Pikir Pembicara	72
Tabel 3.3 : Akurasi Informasi yang Disampaikan	73
Tabel 3.4 : Paparan Mengenai Kondisi Masyarakat	73
Tabel 3.5 : Pembicara Memotivasi Saya (Responden) Untuk Mendalami Materi	74
Tabel 3.6 : Pembicara Menyampaikan Presentasi dan Menjawab Pertanyaan dengan Baik	75
Tabel 3.7 : Kemampuan Pembicara dalam Berbagi Pengalaman tentang CSR Perusahaan	76
Tabel 3.8 : Pembicara Menyampaikan Upaya Perusahaan	77
Tabel 3.9 : Pembicara Menyampaikan Materi Presentasi secara Sistematis	78
Tabel 3.10 : Kredibilitas Komunikator	79
Tabel 3.11 : Pesan Memuat Fakta-Fakta di Lapangan	79
Tabel 3.12 : Pesan Memuat Informasi Sebab dan Akibat Kegiatan Perusahaan	80
Tabel 3.13 : Pesan Menarik dan Mudah Diingat	81
Tabel 3.14 : Kesimpulan Mengandung Pokok Pesan	82
Tabel 3.15 : Kualitas Pesan	83
Tabel 3.16 : Keterlibatan Audiens pada Organisasi	83
Tabel 3.17 : Peran PTFI dalam peningkatan kualitas SDM	84

Tabel 3.18 : Peran PTFI melalui <i>Community Development</i>	85
Tabel 3.19 : Peran PTFI melalui <i>Community Relations</i>	86
Tabel 3.20 : Peran PTFI dalam mengelola limbah	86
Tabel 3.21 : Peran PTFI melalui CSR	87
Tabel 3.22 : Memberikan Kesimpulan Keseluruhan Materi	88
Tabel 3.23 : Prediksi Perkembangan PTFI	89
Tabel 3.24 : Tingkat Pemahaman	90
Tabel 3.25 : Persepsi Awal Audiens tentang PTFI	90



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Model Proses Pengaruh Kampanye 16
- Gambar 2 : Struktur Organisasi Departemen *Corporate Communication* PTFI 62



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Uji validitas dan reliabilitas
3. Distribusi frekuensi
4. *Corelasi Partial*
5. Regresi
6. *Case Summary*
7. Materi kuliah tamu di Universitas Andalas Padang 7 Oktober 2010
8. Materi kuliah tamu di Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta
9. Materi kuliah tamu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta
10. Foto kegiatan kuliah tamu