

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG DESAIN
INTERIOR TERHADAP CITRA *CORPORATE IDENTITY***

(Citra yang Berlaku di Mata Wisatawan Domestik Pada Toko Mirota Batik)



SKRIPSI

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

Oleh :
Yussita Grafisi
04 09 02532 / KOM

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2010**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG DESAIN
INTERIOR TERHADAP CITRA *CORPORATE IDENTITY***

(Citra yang Berlaku di Mata Wisatawan Domestik Pada Toko Mirota Batik)

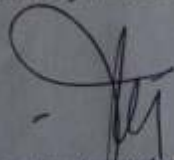
Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh :

Yussita Grafisi

04 09 02532

Disetujui Oleh :



Dr. Phil. Yudi Perbawaningih, M.Si.
Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG
DESAIN INTERIOR TERHADAP CITRA *CORPORATE*
IDENTITY

Penyusun : Yussita Grafisi

NIM : 04 09 02532

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari : Jumat, 12 Maret 2010

Pukul : 10.00 WIB – Selesai

Tempat : Ruang Pendadaran I Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji Utama

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M. Si.

Penguji I

Drs. FC. Setio Budi HH., M.Si.

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yussita Grafisi
Nomor Mahasiswa : 04 09 02532
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Desain Interior Terhadap Citra *Corporate Identity* (Citra yang Berlaku di Mata Wisatawan Domestik Pada Toko Mirota Batik)

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 di kemudian 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/kesarjanaan.

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

Yogyakarta, 30 November 2010

Saya yang menyatakan,

(Yussita Grafisi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

One day in your life
you'll remember a place
Someone's touching your face
You'll come back and you'll look around you

One day in your life
You'll remember the love you found here
You'll remember me somehow
Though you don't need me now
I will stay in your heart
And when things fall apart
You'll remember one day...

One day in your life
When you find that you're always waiting
For the love we used to share
Just call my name
And I'll be there

You'll remember me somehow
Though you don't need me now
I will stay in your heart
And when things fall apart
You'll remember one day...

One day in your life
When you find that you're always longing
for the love we used to share
Just call my name
And I'll be there

(One Day In Your Life oleh: Michael Jackson)

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

Keluargaku tercinta

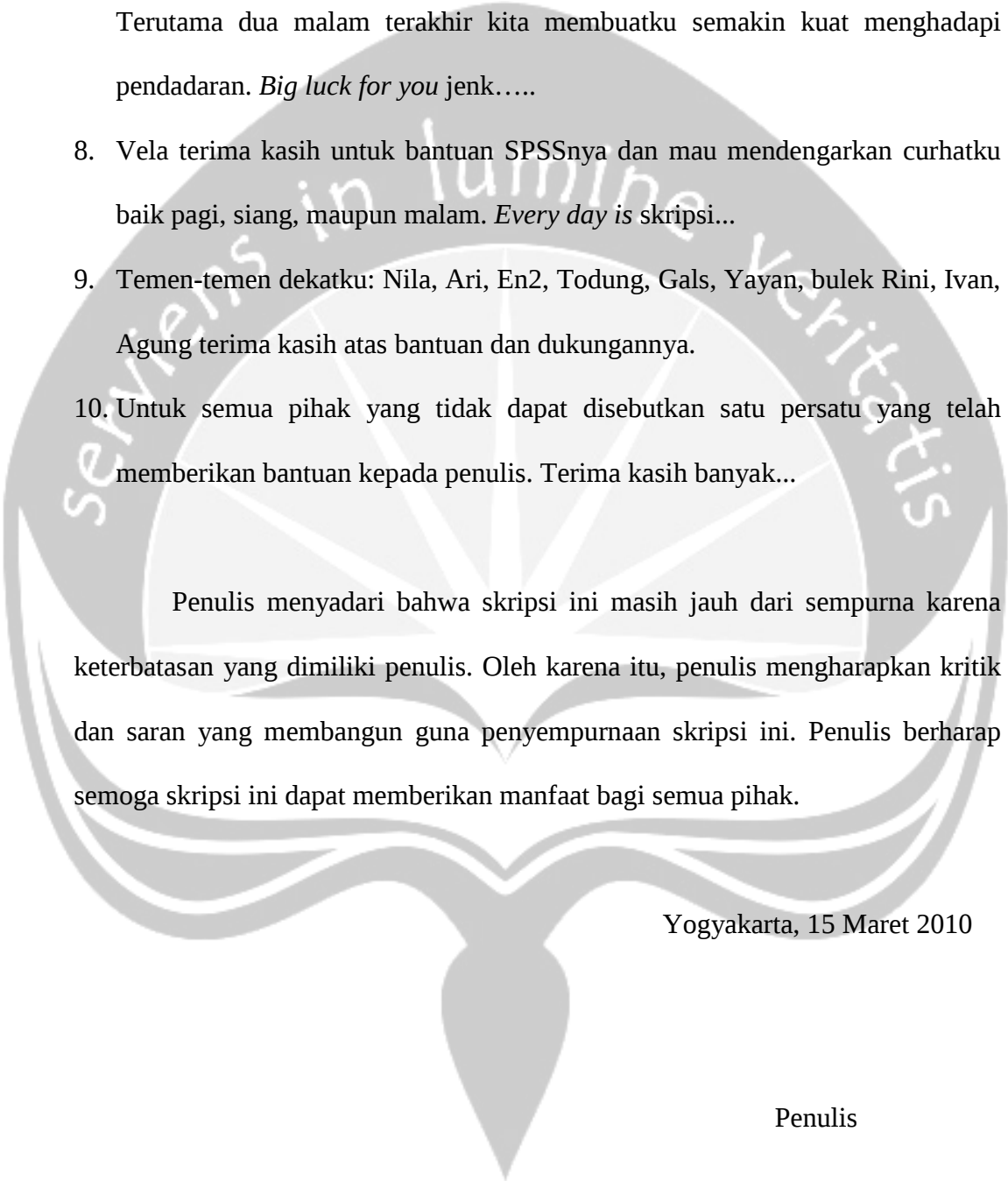
Teman-teman seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Bapa di surga atas berkat dan kasih-Nya yang selalu menyertai penulis selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Selama proses penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapa di surga yang senantiasa memberikan berkat dan perlindungan dalam setiap langkah hidupku
2. Keluargaku tercinta: Bapak, ibu, mbak Yosi dan mas Yobi atas semua doa, dan dukungan yang selalu ada untukku.
3. Ibu Yudi selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, saran, dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Ibu Ninik dan Pak Setio selaku dosen penguji. Terima kasih untuk semua masukan yang diberikan demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Fanry terima kasih untuk doa, semangat, dan cinta yang selalu ada. Akhirnya selesai juga mot.....!!
6. Mirota Batik: Pak Ajie yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan terima kasih atas semua informasi yang bisa penulis dapatkan.

- 
7. Jenk Dini....(akhirnya namamu masuk dalam skripsiku jenk...) terima kasih untuk semua ilmu, persahabatan, dan waktu selama pengerjaan skripsi ini. Terutama dua malam terakhir kita membuatku semakin kuat menghadapi pendadaran. *Big luck for you jenk.....*
 8. Vela terima kasih untuk bantuan SPSSnya dan mau mendengarkan curhatku baik pagi, siang, maupun malam. *Every day is skripsi...*
 9. Temen-temen dekatku: Nila, Ari, En2, Todung, Gals, Yayan, bulek Rini, Ivan, Agung terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
 10. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Terima kasih banyak...

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 15 Maret 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Komunikasi Non Verbal	9
2. Pengetahuan	13
3. Citra.....	19

4.	Desain Interior sebagai <i>Corporate Identity</i>	28
5.	<i>Corporate Identity</i> Membentuk Citra.....	36
F.	Kerangka Konsep	40
G.	Definisi Operasional.....	45
H.	Hipotesa.....	47
I.	Metodologi Penelitian	48
1.	Metode Penelitian	48
2.	Jenis Penelitian	48
3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
4.	Populasi dan Sampel.....	49
5.	Metode Pengumpulan Data	50
6.	Skala Pengukuran.....	52
7.	Metode Pengujian Instrument	52
8.	Metode Analisis Data	54

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A.	Sejarah Mirota Batik	56
B.	Mirota Batik Saat Ini	58
1.	Falsafah Mirota Batik.....	61
2.	Nilai-nilai yang Dianut.....	62
3.	Strategi Penjualan.....	63
4.	Tugas Pramuniaga.....	64
C.	Visi dan Misi Mirota Batik	65

D. Produk Mirota Batik.....	66
-----------------------------	----

BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Analisis Data	69
1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas	73
4. Analisis Korelasi Kontengensi.....	84
5. Analisis Spearman Rank	88
B. Interpretasi Data	90

BAB IV PENUTUP

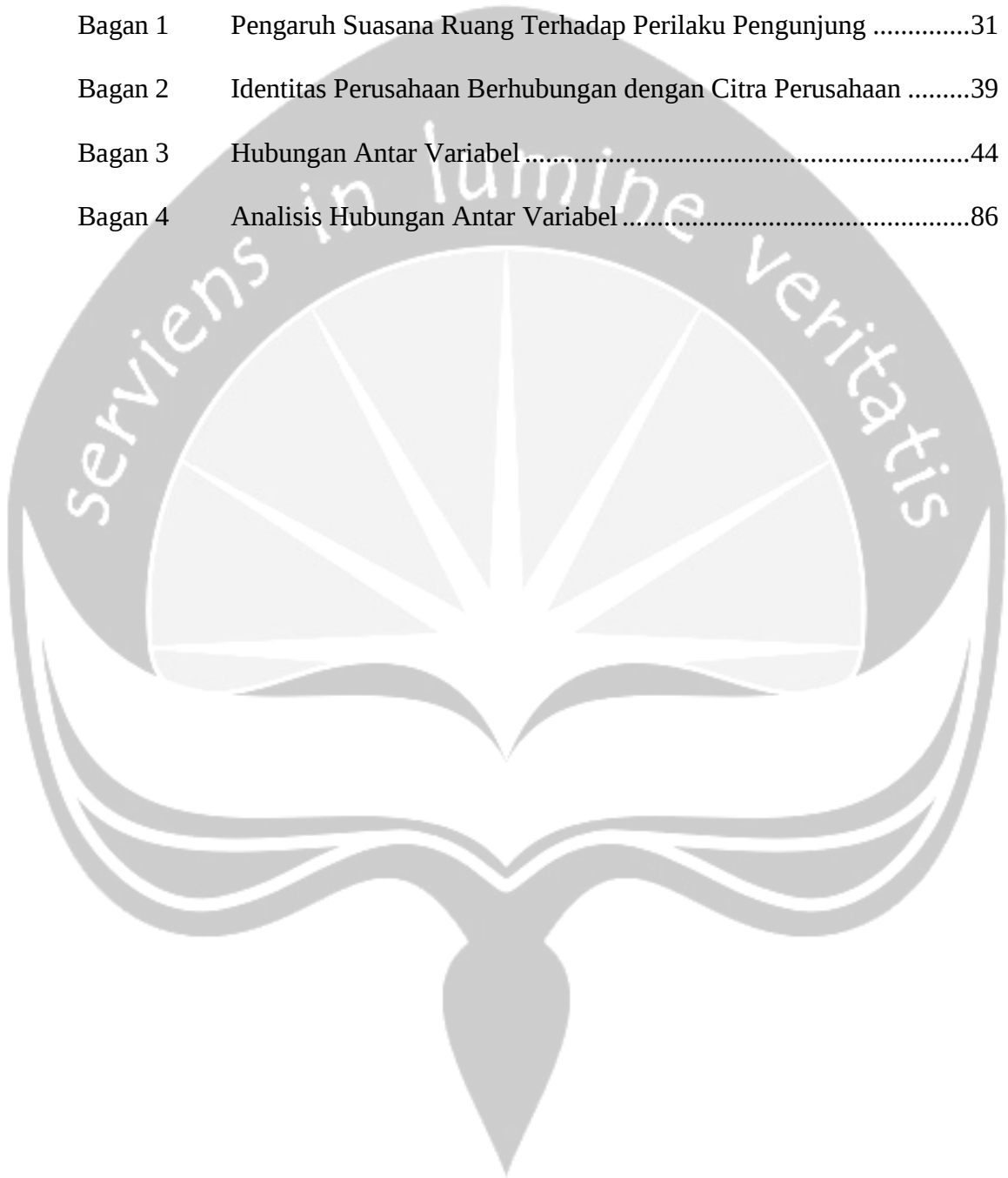
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA	108
----------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

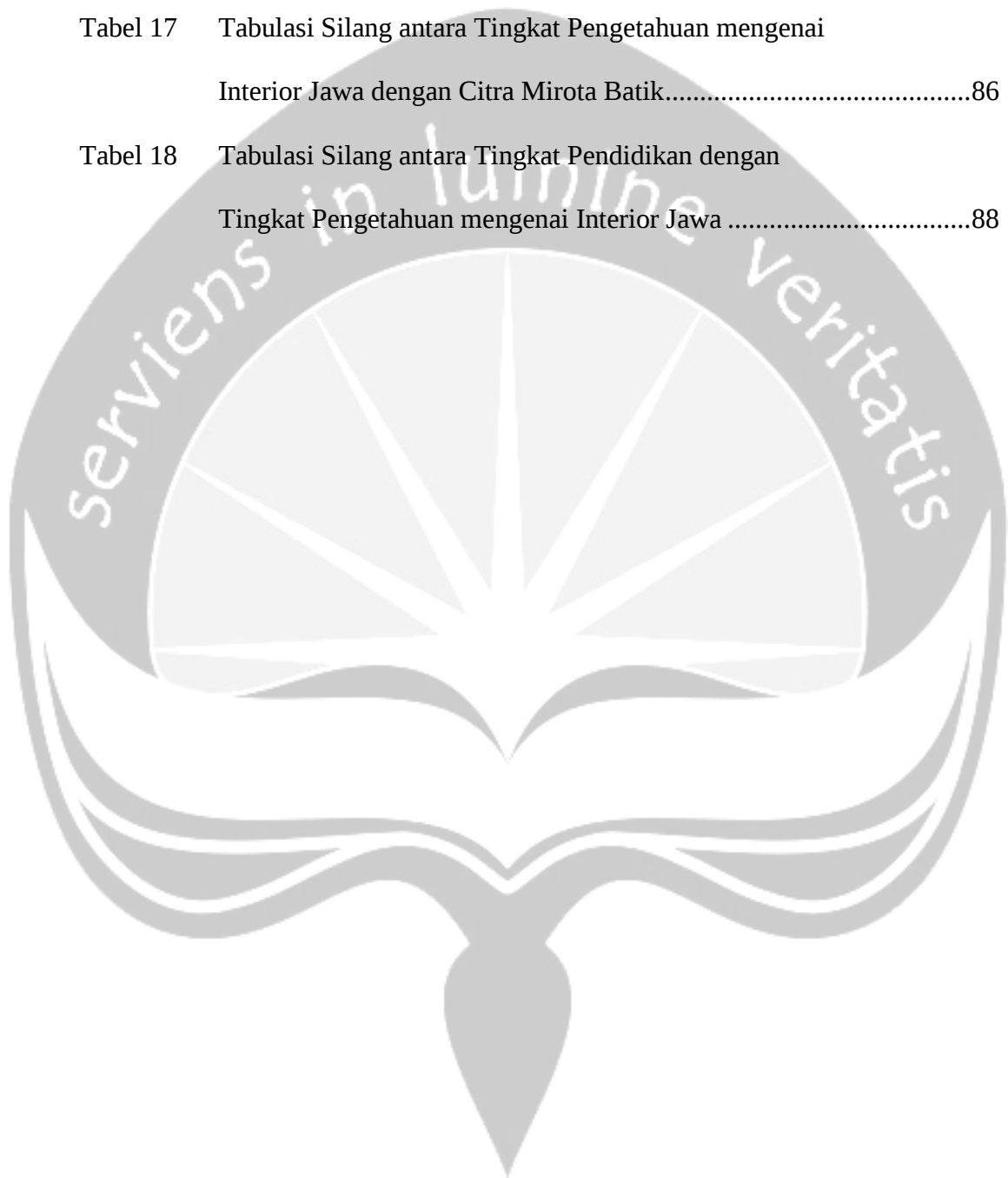
Bagan 1	Pengaruh Suasana Ruang Terhadap Perilaku Pengunjung	31
Bagan 2	Identitas Perusahaan Berhubungan dengan Citra Perusahaan	39
Bagan 3	Hubungan Antar Variabel	44
Bagan 4	Analisis Hubungan Antar Variabel	86



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional.....	46
Tabel 2	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa	70
Tabel 3	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Mirota Batik	72
Tabel 4	Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 5	Daerah Asal Responden	74
Tabel 6	Tingkat Pendidikan Responden.....	75
Tabel 7	Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa Dimensi Karakteristik Elemen Penunjang dalam Ruang Pembentuk Suasana Jawa.....	77
Tabel 8	Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa Dimensi Karakteristik Ragam Hias Khas Jawa	78
Tabel 9	Total Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa.....	78
Tabel 10	Citra Mirota Batik Dimensi Tampak Depan Toko.....	81
Tabel 11	Citra Mirota Batik Dimensi Interior Toko	82
Tabel 12	Citra Mirota Batik Dimensi Pajangan yang Menggunakan Tema Khusus untuk Menciptakan Suasana Khusus (<i>The Theme Setting Display</i>)	82
Tabel 13	Total Citra Mirota Batik.....	83
Tabel 14	Tabulasi Silang antara Daerah Asal dengan Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa	84

Tabel 15	Group Statistics	85
Tabel 16	Independent Sample Test	86
Tabel 17	Tabulasi Silang antara Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa dengan Citra Mirota Batik.....	86
Tabel 18	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Pengetahuan mengenai Interior Jawa	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Primer Kuesioner

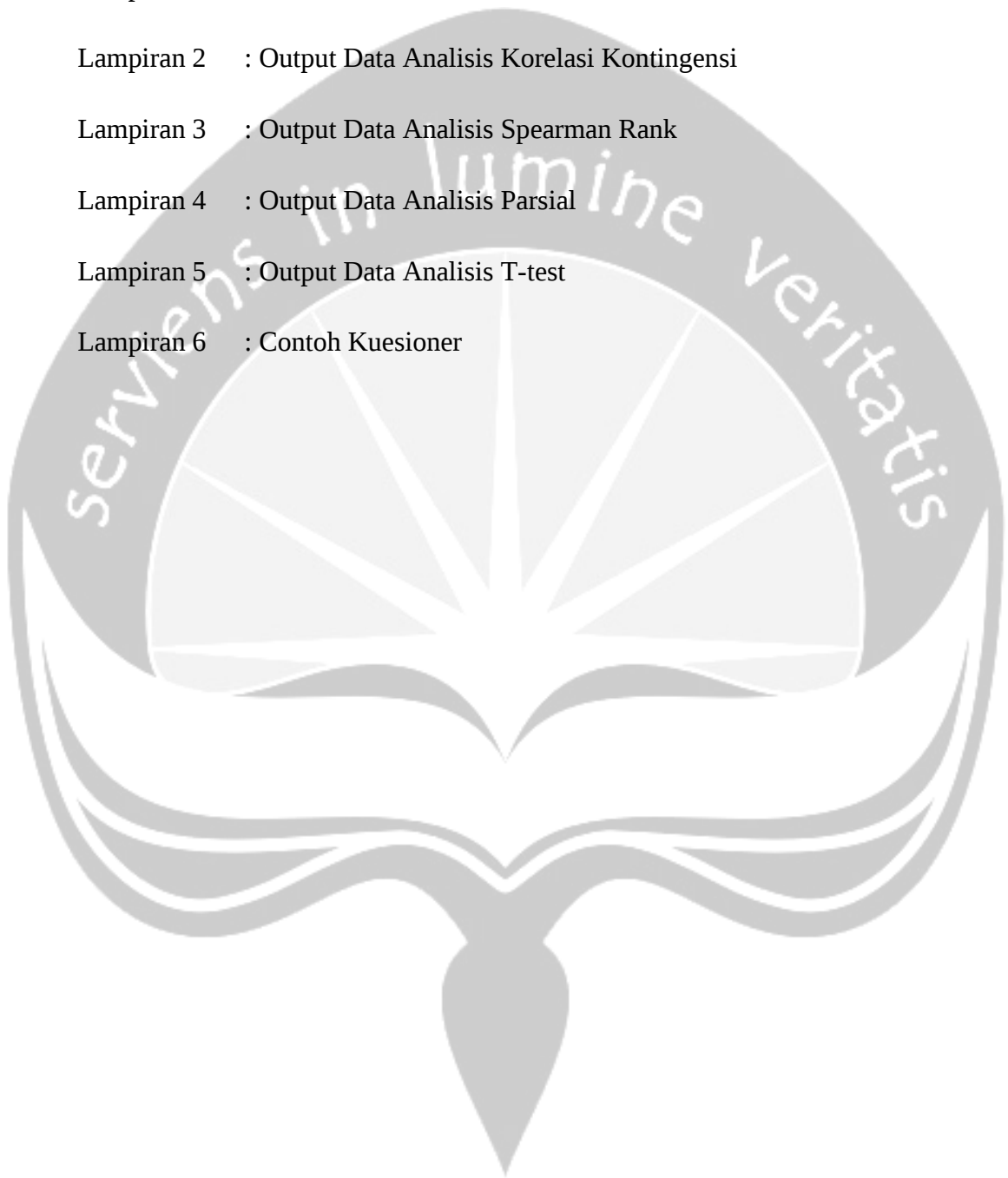
Lampiran 2 : Output Data Analisis Korelasi Kontingensi

Lampiran 3 : Output Data Analisis Spearman Rank

Lampiran 4 : Output Data Analisis Parsial

Lampiran 5 : Output Data Analisis T-test

Lampiran 6 : Contoh Kuesioner



ABSTRAKSI

Persaingan yang hebat dalam dunia usaha sekarang ini menyebabkan pentingnya setiap badan usaha untuk dapat memiliki *corporate identity*/identitas perusahaan, karena identitas perusahaan adalah salah satu cara perusahaan atau organisasi untuk bisa menampilkan eksistensinya di dalam interaksi sosial. Identitas perusahaan yang baik dan kuat merupakan pra-syarat membangun citra baik perusahaan di kelak kemudian hari. Hal itu karena identitas perusahaan membentuk kesan pertama yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap individu atau organisasi. Semakin lama masyarakat mengenal baik perusahaan tertentu, semakin besar pula kemungkinan mereka bersikap positif terhadap perusahaan itu. Bahkan, dengan mengubah identitas perusahaan kadang-kadang perusahaan dapat mengubah atau memperbaiki citra mereka di masyarakat (Sutojo, 2004: 18-19).

Dalam penelitian ini, citra yang dimaksud merupakan citra yang berlaku di masyarakat mengenai kesan mereka terhadap interior Mirota Batik sebagai *corporate identity* dan bentuk citra yang ingin diketahui adalah citra Jawa. Pembentukan citra Jawa pada Mirota Batik oleh pengunjung dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan mereka mengenai interior Jawa. Pengetahuan di sini dibatasi pada tingkat pengetahuan pengunjung mengenai interior Jawa, yang terdiri dari pengetahuan tentang ragam hias khas Jawa dan pengetahuan tentang elemen penunjang dalam ruang pembentuk suasana Jawa. Tingkat pengetahuan pengunjung Mirota Batik dipengaruhi oleh daerah asal dan tingkat pendidikan. Daerah asal dikelompokkan menjadi dua yaitu Jawa dan luar Jawa, sedangkan tingkat pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan formal.

Data didapat melalui metode survei dengan membagi kuesioner kepada 100 pengunjung Mirota Batik. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teknik koefisien kontingensi, didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan mengenai interior Jawa berpengaruh positif terhadap citra *corporate identity* Mirota Batik yaitu citra Jawa. Hasil uji koefisien kontingensi menunjukkan bahwa hubungan diantara kedua variabel tersebut kurang erat.

Dari hasil analisis koefisien kontingensi dan uji beda didapatkan hasil bahwa variabel daerah asal berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan mengenai interior Jawa, dengan kata lain pengunjung dari kelompok Jawa cenderung memiliki tingkat pengetahuan lebih tinggi dibanding kelompok luar Jawa. Hasil analisis dengan spearman rank menunjukkan bahwa tingkat pendidikan formal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengetahuan mengenai interior Jawa.

Kata kunci : Tingkat Pengetahuan, Interior, *Corporate Identity*, Citra