Skripsi

STRATEGI PESAN PADA *WEBSITE* DALAM MEMBANGUN CITRA PEDULI KEPADA MASYARAKAT DI PT. AIR MANCUR

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

Rini Errivanh / 080903505

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PESAN PADA *WEBSITE* DALAM MEMBANGUN CITRA PEDULI KEPADA MASYARAKAT DI PT. AIR MANCUR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Strata 1 (satu) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Disusun Oleh :

RINI ERRIVANH

080903505 / Kom

Disetujui Oleh :

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pesan Pada *Website* Dalam Membangun Citra Peduli Kepada Masyarakat Di PT. Air Mancur

Penyusun : Rini Errivanh

No. Mahasiswa : 080903505 / Kom

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 24 April 2014

Jam : 09.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran III FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati
Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.
Dosen Penguji I

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Drs. Setio Budi HH.,M.Si.
Dosen Penguji II

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rini Errivanh

Nomor Mahasiswa : 080903505 / KOMUNIKASI

Judul : Strategi Pesan Pada *Website* Dalam Membangun Citra Peduli Kepada Masyarakat di PT. Air Mancur

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis skripsi ini bukan plagiatisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan materiil atau non materiil, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan tugas akhir skripsi saya secara orisinil 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 / kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun pelaksanaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik instansi ini.

Yogyakarta, 5 April 2014

Saya yang menyatakan

Rini Errivanh

RINI ERRIVANH

NIM : 03505 / KOM

ABSTRAK

STRATEGI PESAN PADA *WEBSITE* DALAM MEMBANGUN CITRA PEDULI KEPADA MASYARAKAT DI PT. AIR MANCUR

Komunikasi yang sangat multi makna pasti akan memberikan banyak sumbangan pengetahuan baru yang bisa menambah wawasan yang berbeda pada tiap individu yang menerima pesan tersebut. Berangkat dari sebuah perbedaan yang bisa diterima tiap individu dalam menerima pesan, strategi pesan akan sangat membantu dalam proses penyampaian pesan agar bisa sampai ke komunikan sesuai harapan dari komunikator.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pesan pada *website* PT. Air Mancur dalam membangun citra *corporate.* Citra perusahaan adalah adanya persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media atau pengalaman) (Wasesa 2005 : 13). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pemanfaatan *new media* yaitu *website* yang dilakukan oleh perusahaan tidak lepas dari penyusunan pesan yang harus diperhatikan secara baik agar pesan yang dihasilkan bisa sesuai dengan tujuan dan harapan perusahaan. Dengan memperhatikan dan menjalankan teori yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom (2004:424) dalam 7(tujuh) prinsip yang harus dipegang untuk menilai kualitas tulisan yang baik perusahaan harus memperhatikan tulisan yang baik untuk bisa menghasilkan pesan yang maksimal dan berdampak baik bagi citra perusahaan.

Website merupakan media publikasi baru yang bisa diakses dengan menggunakan jaringan internet. Dalam pemilihan warna pada media *website* juga harus diperhatikan perusahaan karena pemilihan warna cukup berdampak penting pada kesan yang akan dimunculkan. Hasil pengumpulan data dan analisis dalam penelitian ini melakukan strategi pesan informatif dan edukatif untuk membangun citra peduli pada masyarakat. Dalam pembuatan strategi ini perusahaan menampilkan pesan yang berfokus pada konsep herbal yang dibawa oleh perusahaan untuk menjangkau masyarakat global. Perusahaan PT. Air Mancur dalam membangun citra peduli pada masyarakat menyajikan laman *website* yang mengacu pada pembahasan seputar tanaman herbal.

Kata Kunci : Strategi Pesan, *Website,* Herbal, Citra

MOTTO

SEGALA USAHA YANG DIBARENGI DENGAN DOA MAKA

SEMUA AKAN INDAH PADA WAKTUNYA..

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapan terimakasih untuk banyak pihak yang telah banyak membantu penyelesaian skripsi ini dan memberikan dukungan. Secara singkat halaman ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa Yesus Kristus, yang selalu memberikan kesempatan, kemudahan dan kelancaran dari perjalanan awal proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya bisa selesai, Puji Tuhan.
2. Dosen Pembimbing Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si, atas bimbingannya selama proses awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini. Berkat ibu, saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Dosen penguji, Dr. G. Arum Yudarwati dan Drs. Setio Budi HH.,M.Si yang sudah menguji skripsi saya dan banyak memberikan saran, terimakasih.
4. Terimakasih pada seluruh dosen FISIP yang sangat bersahaja, saya bangga bisa menimba ilmu melalui anda semua.
5. Terimakasih kepada karyawan / karyawati kampus FISIP yang sangat ramah.
6. Terimakasih pada Mama dan Papa tersayang atas dukungan doa dan dana pada saya. Terimakasih kepada kakak Pradu Mas Wibowo, Cici Mei Li, mbak Neneng Pratiwi Setiawati dan Koko Lukas atas dukungan doa dan dana selama ini.
7. Terimakasih pada Hening Andiani yang sudah menemani peneliti selama proses skripsi hingga pendadaran berlangsung dari awal sampai selesai dan bunda Emi walau jauh di mata tapi atas dukungan ya yang diberikan pada saya, terimakasih.
8. Terimakasih pada simbok Sasi, babon Arin, dan si om Racka yang juga banyak memberikan semangat dan dukungan pada saya. Terimakasih atas dukungannya selama ini. *I'll miss u guys..* ☺

9. Terimakasih atas semangat dari teman masa sekolah, Villy, Retno, Nia, Nyemot, Richa.
10. Terimakasih pada Bleki dan Hitam yang selalu siap mengantarkan saya selama ini.
11. Terimakasih pada laptop dan printer handal saya, Compaq 510 dan HP LaserJet P1006.
12. Terimakasih pada pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sampaikan disini, puji Tuhan saya lulus ☺

Yogyakarta,24 april 2014

Rini Errivanh
080903505 / KOM

KATA PENGANTAR

Puji syukur Tuhan Yang Maha Esa Yesus Kristus atas segala berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pembelajaran yang luar biasa melalui proses dari awal penyusunan proposal skripsi ini sampai pada penulisan laporan penelitian dan akhirnya memasuki tahap ujian. Melewati kesulitan dan cobaan yang dialami selama proses pengerjaannya. Banyak dukungan berupa doa dan dana yang penulis dapatkan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan berhasil diselesaikan.

Skripsi ini telah dinyatakan memenuhi syarat untuk dapat mencapai kelulusan di hadapan tim penguji jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul Strategi Pesan Pada *Website* Dalam Membangun Citra Peduli Kepada Masyarakat di PT. Air Mancur.

Penulis menyadari sekali bahwa penulisan ini penuh dengan kekurangan dan keterbatasan, penulis berharap dimasa yang akan datang banyak peneliti yang dapat mengembangkan tulisan ini sehingga akan lebih bermanfaat untuk kedepannya. Besar harapan saya agar hasil penelitian ini berguna untuk teman-teman lainnya yang mengadakan penelitian dengan latar belakang masalah yang sama.

Yogyakarta, 24 april 2014

Rini Errivanh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAKSI ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Kerangka Teori 8
1. Citra 8
2. *Public Realtions* 12
3. Strategi Pesan 16
4. *Website* 25
F. Kerangka Konsep 31
1. Strategi Pesan 31
2. Citra 37
G. Metodologi Penelitian 39
1. Tipe Penelitian 39
2. Metode Penelitian 39
3. Objek Penelitian 40
4. Teknik Pengumpulan Data 40
5. Teknik Analisis Data 41

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN **43**
A. Sejarah Organisasi 43
B. Visi Misi 44
C. Logo 45
D. Sejarah *Website* PT. Air Mancur 46

E. Struktur Organisasi dan Penilaian Produk 51
F. Gambaran Umum PR di PT. Air Mancur 51

BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS 54
A. Citra *Corporate* PT. Air Mancur 54
B. Strategi Pesan pada *Website* PT. Air Mancur 57
C. Analisis Strategi Pesan 74

BAB IV PENUTUP 107
A. Kesimpulan 107
B. Saran 108

DAFTAR PUSTAKA 110
LAMPIRAN 114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo PT. Air Mancur 45

Gambar 2 : Halaman Selamat Datang *Website* PT. Air Mancur 47

Gambar 3 : Halaman Pengolahan Pabrik Jamu 49

Gambar 4 : Halaman Kontrol Kualitas 50

Gambar 5 : Halaman Berita / Artikel 51

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Struktur Organisasi PT. Air Mancur 52