



UNIVERSITAS INDONESIA

PENGARUH KUALITAS MEDIA *ONLINE*  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada *Member Forum Online TPI*)

SKRIPSI

LANNY  
0706210460

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
DEPOK  
JUNI 2009



UNIVERSITAS INDONESIA

PENGARUH KUALITAS MEDIA *ONLINE*  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada *Member Forum Online TPI*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana sosial

LANNY  
0706210460

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KEKHUSUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT  
DEPOK  
JUNI 2009

**Universitas Indonesia  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Program Sarjana Ekstensi**

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Lanny  
NPM : 0706210460  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Media *Online*  
Terhadap Citra Perusahaan  
(Studi Pada *Member Forum Online TPI*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### **DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S (.....)

Penguji : Drs. AG Sudiby, M.Si (.....)

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si (.....)

Sekretaris Sidang : Dra. Meily Badriati, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Universitas Indonesia, Depok

Tanggal : 20 Juni 2009

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas petunjuk-Nya hari ini penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi, Kekhususan Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial - Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah, pada kesempatan ini akan disampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si., Ketua Program Sarjana Ekstensi Ilmu Komunikasi FISIP UI, yang telah menyediakan waktu untuk membimbing penulis, dan memberikan ide-ide dan masukan-masukan yang sangat baik untuk penulisan skripsi ini.
2. Dra. Martini B. Mangkoedipoero, M.Si., selaku sekretaris Program Sarjana Ekstensi Ilmu Komunikasi FISIP UI.
3. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar untuk membimbing, memberikan motivasi, arahan dan masukan yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya.
4. Drs. AG Sudibyo, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan demi tercapai kesempurnaan penulisan skripsi ini.
5. Dra. Meily Badriati, M.Si, selaku sekretaris sidang.
6. Segenap staf pengajar Program Sarjana Ekstensi Ilmu Komunikasi FISIP UI, khususnya bidang studi kehumasan, yang memberikan transfer ilmu yang berguna bagi penulis.
7. Segenap staf sekretariat Program Ekstensi Ilmu Komunikasi FISIP UI yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak atas segala bantuannya.

8. Bapak/Ibu pengurus perpustakaan FISIP UI (MBRC) dan Perpustakaan Pusat, terima kasih atas bantuannya dan kesabaran melayani penulis selama mencari referensi di sana.
9. Papa dan Mama tercinta, yang tidak pernah berhenti memberikan cinta, kasih sayang, dukungan moril dan materil, dan motivasi kepada penulis sampai saat ini.
10. Terima kasih kepada Afditasari, Tricia, Rhino, dan Nicke yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan penulis selama 2 tahun ini.
11. Terima kasih kepada seluruh teman ekstensi hubungan masyarakat 2007, atas pertemanan dan kerjasama yang diberikan selama ini.
12. Terima kasih atas dukungan teman seperjuangan penulis selama menyusun skripsi ini: Sisca, Uchi, Sekar, Vita, dan Anggie.
13. Terima kasih kepada rekan kerja penulis: Mbak Artie Syaukani, Olpi Cantik, Bey, Nola, Ita, Nina, Selly, MDP MNC, tim kreatif dan produksi TPI terima kasih atas pengertian dan dukungan kalian kepada penulis.
14. Terima kasih kepada pihak HRD, Humas, dan IT PT Cipta TPI yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk mencari data di sana.
15. Terima kasih kepada segenap responden penelitian.
16. Terima kasih kepada seluruh petugas rental dan fotokopi yang pernah direpotkan oleh penulis selama penulis menimba ilmu di Universitas Indonesia.
17. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 16 Juni 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lanny  
NPM : 0706210460  
Program Studi : Ekstensi Hubungan Masyarakat  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS MEDIA *ONLINE*  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada *Member Forum Online TPI*)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, 16 Juni 2009

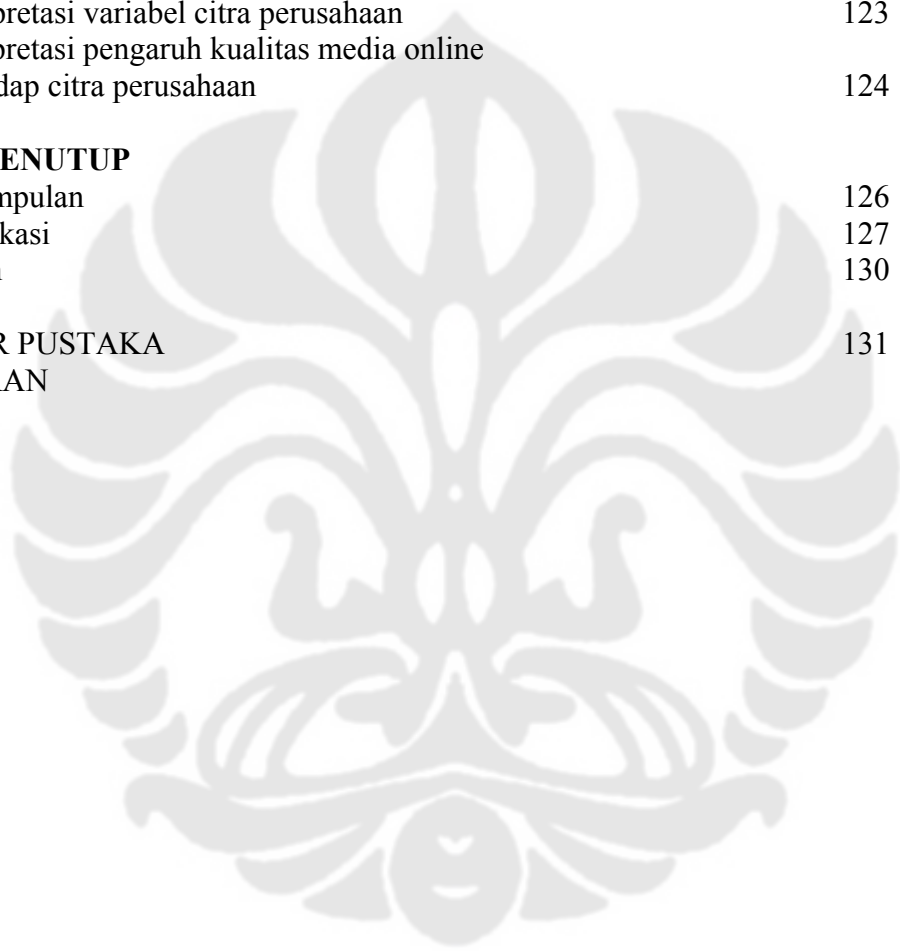
Yang Menyatakan,

(Lanny)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
<b>BAB 2 KERANGKA TEORI</b>	
2. 1 Kerangka Konsep	9
2. 1.1 Konsep Komunikasi <i>Public Relations</i>	9
2. 1.2 Internet Sebagai Media Komunikasi Humas	15
2. 1.3 Konsep Citra	26
2. 1.4 Hubungan Media dengan Citra	28
2.2 Hipotesa Teori	30
<b>BAB 3 METODOLOGI</b>	
3. 1 Paradigma Penelitian	31
3. 2 Pendekatan Penelitian	31
3. 3 Sifat Penelitian	32
3. 4 Hipotesis Riset	32
3. 5 Model Analisis	33
3. 6 Definisi Operasional	34
3.6.1 Variabel Independen: Kualitas Media Online	34
3.6.2 Variabel Dependen: Citra Perusahaan	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	40
3.9 Teknik Penarikan Sampel	41
3.10 Teknik Analisa Dan Interpretasi Data	42
3.11 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	42
3.12 Keterbatasan Penelitian	58
<b>BAB 4 PROFIL SUBJEK PENELITIAN</b>	
4.1 Profil PT Cipta TPI	59
4.2 Profil Khalayak Sasaran PT Cipta TPI	68
4.3 Humas PT Cipta TPI	69

<b>BAB 5 ANALISIS DATA</b>	
5.1 Analisis Univariat	75
5.1.1 Karakteristik responden	75
5.1.2 Deskripsi responden terhadap kualitas media <i>online</i> TPI	82
5.1.3 Deskripsi responden terhadap citra PT Cipta TPI	105
5.2 Analisis Bivariat	110
5.3 Analisis Multivariat	115
<b>BAB 6 INTERPRETASI DATA</b>	
6.1 Interpretasi variabel kualitas media online	119
6.2 Interpretasi variabel citra perusahaan	123
6.3 Interpretasi pengaruh kualitas media online terhadap citra perusahaan	124
<b>BAB 7 PENUTUP</b>	
7.1 Kesimpulan	126
7.2 Implikasi	127
7.3 Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	





## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas Dimensi <i>Useful</i>	44
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Useful</i>	45
Tabel 3.3 Uji Validitas Dimensi <i>Ease of Use</i>	45
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Ease of Use</i>	46
Tabel 3.5 Uji Validitas Dimensi <i>Entertainment</i>	46
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Entertainment</i>	47
Tabel 3.7 Uji Validitas Dimensi <i>Complimentary Relationship</i>	48
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Complimentary Relationship</i>	48
Tabel 3.9 Uji Validitas Dimensi <i>Content</i>	49
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Content</i>	50
Tabel 3.11 Uji Validitas Dimensi <i>User Experiences</i>	51
Tabel 3.12 Uji Reliabilitas Dimensi <i>User Experiences</i>	51
Tabel 3.13 Uji Validitas Dimensi <i>Feature</i>	52
Tabel 3.14 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Feature</i>	52
Tabel 3.15 Uji Validitas Dimensi <i>Function</i>	53
Tabel 3.16 Uji Reliabilitas Dimensi <i>Function</i>	53
Tabel 3.17 Uji Validitas Dimensi Kualitas	54
Tabel 3.18 Uji Reliabilitas Dimensi Kualitas	55
Tabel 3.19 Uji Validitas Dimensi Kinerja	55
Tabel 3.20 Uji Reliabilitas Dimensi Kinerja	56
Tabel 3.21 Uji Validitas Dimensi Tanggung Jawab	56
Tabel 3.22 Uji Reliabilitas Dimensi Tanggung Jawab	57
Tabel 3.23 Uji Validitas Dimensi Daya Tarik	57
Tabel 3.24 Uji Reliabilitas Dimensi Daya Tarik	57
Tabel 4.1 Distribusi Transmisi PT Cipta TPI	60
Tabel 4.2 Khalayak TPI Berdasarkan SES	68
Tabel 4.3 Khalayak TPI Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Lama Bergabung	78
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Alasan Bergabung	79
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Informasi yang Sering Dicari	80
Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Topik yang Sering Dibicarakan	82
Tabel 5.7 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Informasi yang Sesuai Kebutuhan	83
Tabel 5.8 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Forum Online Mempermudah Interaksi	84
Tabel 5.9 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Fitur Mempermudah Mencari Informasi	85
Tabel 5.10 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Anggota Bisa Berinteraksi	86
Tabel 5.11 Distribusi responden berdasarkan indikator Anggota Merasa Aman Bisa Berinteraksi	86
Tabel 5.12 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Anggota Percaya Data Diri Aman	87

Tabel 5.13 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Anggota Percaya pada Pihak TPI	87
Tabel 5.14 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Forum Online Cepat Dalam Mengolah Informasi	87
Tabel 5.15 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Forum Online Cepat Memberikan Respon	88
Tabel 5.16 TDF dimensi <i>ease of use</i>	90
Tabel 5.17 TDF dimensi <i>entertainment</i>	91
Tabel 5.18 TDF dimensi <i>complimentary relationship</i>	94
Tabel 5.19 TDF dimensi <i>content</i>	96
Tabel 5.20 TDF dimensi <i>user experiences</i>	100
Tabel 5.21 TDF dimensi <i>feature</i>	102
Tabel 5.22 TDF dimensi <i>feature</i>	103
Tabel 5.23 TDF dimensi <i>function</i>	105
Tabel 5.24 TDF dimensi kualitas	106
Tabel 5.25 TDF dimensi kinerja	108
Tabel 5.26 TDF dimensi tanggung jawab	109
Tabel 5.27 TDF daya tarik	110
Tabel 5.28 Hasil Uji Regresi Sederhana	112
Tabel 5.29 Hasil Anova (uji F)	113
Tabel 5.30 Nilai Koefisien (Uji t) uji regresi linear sederhana	114
Tabel 5.31 Tabel Anova Analisis Multivariat	115
Tabel 5.32 Model Summary Analisis Multivariat	116
Tabel 5.33 Tabel <i>Coefficient</i> analisis Multivariat	116
Tabel 5.34 Tabel Hasil Uji Regresi Dimensi <i>Feature</i>	116
Tabel 5.35 Tabel Hasil Uji F	118
Tabel 5.36 Tabel Hasil Uji T	118

## DAFTAR GAMBAR

Gbr 2.1 Model Proses Komunikasi	9
Gbr 3.1 Model Analisis	31
Gbr 3.2 Model Analisis	32
Gbr 5.1 Responden Berdasarkan Usia	76
Gbr 5.2 Responden berdasarkan Kota/domisili	76
Gbr 5.3 Responden Berdasarkan pendidikan terakhir	77
Gbr 5.4 Responden Berdasarkan pengeluaran perbulan	78
Gbr 5.5 Responden Berdasarkan Asal Tahu Forum	79
Gbr 5.6 Responden Berdasarkan Topik Yang sering dibicarakan	80
Gbr 5.7 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Informasi pada forum sesuai dengan kebutuhan	81
Gbr 5.8 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Forum <i>Online</i> Mempermudah Mencari Informasi	83
Gbr.5.9 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Forum <i>Online</i> Memiliki <i>Feature</i> yang Menarik	84
Gbr 5.10 Nilai rata-rata Dimensi <i>Ease of use</i>	89
Gbr 5.11 Nilai rata-rata Dimensi <i>Entertainment</i>	89
Gbr 5.12 Nilai rata-rata Dimensi <i>Useful</i>	91
Gbr 5.13 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Tampilan Desain Forum Online Menarik	92
Gbr 5.14 Nilai rata-rata Dimensi <i>Complimentary Relationship</i>	92
Gbr 5.15 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Mengakses Forum <i>Online</i> Memberi Gambaran TPI	95
Gbr 5.16 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Pengelompokkan Forum <i>Online</i> Mempermudah Info	98
Gbr 5.17 Nilai rata-rata Dimensi <i>User Experience</i>	100
Gbr 5.18 Nilai rata-rata Dimensi <i>Feature</i>	102
Gbr 5.19 Distribusi Responden Berdasarkan Bisa Berhubungan Langsung Dengan Anggota Yang Lain	104

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian	xv
LAMPIRAN 2. Pengujian validitas dan reliabilitas	xxiii
LAMPIRAN 3. Data Univariat	xliii
LAMPIRAN 4. Regresi Bivariat	lxxii
LAMPIRAN 5. Regresi Mutivariat	lxxiii
LAMPIRAN 6. Tampilan Forum <i>Online</i> TPI	lxxvii

