

**SIKAP KHALAYAK TERHADAP IDENTITAS PERUSAHAAN  
DAN PENGARUHNYA PADA CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada: Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jabodetabek)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial**

**RINA NURMALIA MANDASARI**

**0905010735**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

**DEPOK**

**Desember 2008**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rina Nurmalia Mandasari

NPM : 0905010735

Tanda Tangan :

Tanggal : 23 Desember 2008



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Rina Nurmalia Mandasari  
NPM : 0905010735  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : Sikap Khalayak terhadap Identitas Perusahaan dan Pengaruhnya pada Citra Perusahaan (Studi Pada: Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jabodetabek)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Reguler pada Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS ( )

Penguji Ahli : Drs. A.G Sudibyo, M.Si ( )

Ketua Sidang : Dra. Agatha Veronica Hatta ( )

Sekretaris Sidang : Meily Badriati, S.Sos, M.Si ( )

Ditetapkan di :

Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu dan dengan dilimpahkannya kesehatan, peneliti dapat mengerjakan penelitian ini dengan maksimal.

Pengerjaan skripsi yang relatif singkat memang membuat peneliti berpikir terus apakah skripsi ini bisa cepat selesai dengan hasil yang memuaskan, ternyata jawabannya ada pada kemauan dan niat untuk menyelesaikannya dengan cepat. Niat dan kemauan ini pun tidak semata-mata berasal dari dalam diri sendiri tapi juga berkat dukungan dari berbagai pihak.

Topik skripsi ini adalah identitas perusahaan dan pengaruhnya pada pembentukan citra perusahaan. Citra perusahaan memang identik dengan program studi kehumasan. Tidak sedikit topik skripsi yang mengangkat citra perusahaan, namun belum terlalu banyak skripsi yang mengangkat tema identitas perusahaan. Padahal bila disadari, program identitas perusahaan (*corporate identity program*) merupakan suatu kegiatan humas yang harus terus dikembangkan.

Pada penelitian ini, peneliti ingin membuktikan kebenaran model identitas perusahaan yang dikemukakan ahli, bahwa identitas perusahaan dapat mempengaruhi citra perusahaan.. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ternyata memang terbukti bahwa citra perusahaan dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya ada identitas perusahaan.

“Tiada gading yang tak retak”. Peneliti memohon maaf bila terdapat kekurangan dari penelitian ini. Dan peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi yang membaca dan dapat dijadikan bahan referensi skripsi selanjutnya bagi yang ingin melakukan penelitian dengan topik serupa. Terima kasih peneliti ucapkan.

Depok, 1 November 2008

Rina Nurmalia Mandasari

## UCAPAN TERIMA KASIH

*“Thank you for touching  
my life in so many ways”*

Puji syukur kepada Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Terima kasih atas segala sehat dan sakit yang Engkau limpahkan, semua ini penulis terima dengan ikhlas dan penulis menjadi bisa memahami hidup yang sebenar-benarnya. Syukur selalu ku panjatkan pada-Mu..Ya Rabb

Penulis pun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang terdalam kepada semua pihak yang memberikan bantuan, dukungan dan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah yang ditandai dengan menyelesaikan skripsi ini.

1. Mama dan Papa, terima kasih atas cinta dan sayangmu.. Satu per satu permintaanmu telah aku wujudkan. Semoga yang skripsi yang aku persembahkan ini bisa membuatmu bahagia dan bangga selalu padaku. Untuk Kakak dan Adikku tersayang yang selalu mendukungku dari belakang. Semoga ini juga bisa membanggakan kalian. Tidak lupa untuk semua keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan tentunya selalu memanjatkan doa untuk kelancaran pengerjaan skripsi ini.
2. Ketua Program Sarjana Reguler, Dra. Ken Reciana, MA, Sekretaris Program, Drs. Helmi Qodrat I., M.Si. Terima kasih atas bantuannya dalam mempermudah penulis dalam masalah birokrasi dan surat-menyurat.
3. Pembimbing, Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang diberikan kepada penulis. Terima kasih karena telah membukakan pikiran penulis tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan Humas.
4. Penguji Ahli, Drs. A.G Sudibyo, M.Si; Ketua Sidang, Dra. Agatha Veronica Hatta; Sekretaris Sidang, Meily Badriati, S.Sos, M.Si. Terima kasih atas masukan dan saran yang diberikan pada saat sidang.

5. Donna Asteria, S.Sos, M.Hum, dosen metodologi yang suka penulis repotkan dengan SPSS. Terima kasih atas ilmu dan waktunya ya, Mbak..
6. Mas Gugi dan Mba Indah, terima kasih karena telah membantu saya melmpermudah surat-menyurat (birokrasi).
7. Fajar (Staf Corporate Secretary Bank Mandiri) dan Edwin (Kepala Learning Center), terima kasih atas informasinya mengenai Bank Mandiri dan memperbolehkan saya mencari data dan referensi di perpustakaan..
8. Teman-teman seperjuangan 3,5 tahun, Presti, Pius, Kipi, Imil, Nissa, Inal, Afra, dll yang selalu saling menyemangati dan membantu di saat penulis menghadapi kesulitan dan bersama-sama membuat target penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat penulis, Ikie, Renny “Ncong”, Muthia, Ratih, Ria dan Rizni. Terima kasih atas pertanyaan kalian “Udah nyampe mana skripsinya?” yang membuat penulis harus segera mungkin menyelesaikannya. Terima kasih untuk canda tawanya selama ini. Terapi tertawa ber kelompok sudah kita terapkan semoga efeknya bisa terasa saat kita sudah punya cucu kelak...
10. Teman-teman Komunikasi 2005 khususnya teman-teman Humas, Yoga, Viola, Tante, Affi, Laurin, Jesicca, Erwin, Ibnu, Bogel, Nina, Yona, Dini, dll. Terima kasih untuk pertemanan yang sudah terjalin selama 3,5 tahun ini. Terima kasih untuk dukungan dan semangatnya.
11. Para kolega RTC, terima kasih atas pengertiannya untuk membiarkan penulis tetap menjadi *Head of Announcer* walaupun penulis sedang sibuk dengan skripsinya.
12. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kalian yang membaca skripsi ini, semoga kalian mendapatkan apa yang kalian cari dan skripsi ini dapat menjadi bahan referensi yang berguna.
13. Dan yang terakhir, Indra Permana. Terima kasih atas keberadaanmu selama ini untuk membantu, memberi semangat, menghiburku di kala stress mengerjakan skripsi. Setelah skripsi ini selesai, penulis siap berada di dekatmu untuk membantu saat tiba giliranmu mengerjakan skripsi...Ayo, saling menyemangati selalu!!!

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

---

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

Nama : Rina Nurmalia Mandasari  
NPM : 0905010735  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

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 :

**Sikap Khalayak terhadap Identitas Perusahaan dan Pengaruhnya pada Citra Perusahaan (Studi Pada: Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jabodetabek)**

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 memublikasikan 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.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal : 23 Desember 2008

Yang Menyatakan

(Rina Nurmalia Mandasari)

## DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Orisinalitas .....	i
Lembar Pengesahan Skripsi .....	li
Kata Pengantar .....	iii
Ucapan Terima Kasih .....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir Untuk Kepentingan Akademis .....	vi
Abstraksi .....	vii
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Grafik .....	xvi
Daftra Gambar .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	11
I.4 Signifikansi Penelitian .....	11
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
II.1 Kerangka Teori	
II.1.1 <i>Public Relations</i> .....	12
II.1.2 <i>Corporate Identity Model</i> .....	15
II.1.3 <i>Hierarchy of Effect Model</i> .....	18
II.2 Kerangka Konsep	
II.2.1 Identitas Perusahaan. ....	22
II.2.2. Sikap .....	32
II.2.3 Citra Perusahaan .....	36
II.3. Definisi Konseptual	
II.3.1 Identitas Perusahaan ... ..	39
II.3.2 Sikap Khalayak .....	39
II.3.3 Citra Perusahaan .....	40
II.4 Hubungan Antar Variabel .....	40
II.5 Model Hubungan Antar Variabel .....	42
II.6 Hipotesis Teori .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1 Paradigma Penelitian .....	43
III.2 Pendekatan Penelitian .....	44
III.3 Sifat Penelitian .....	44
III.4 Metode Pengumpulan Data .....	45
III.5 Unit Analisis .....	47
III.6 Populasi dan Sampel .....	47
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	48



III.8	Operasionalisasi Konsep .....	50
III.9	Model Analisa .....	52
III.10	Analisis Data .....	
III.10.1	Analisis Univariat .....	53
III.10.2	Analisis Bivariat .....	53
III.10.3	Analisi Mutivariat .....	55
III.11	Hipotesis	
III.11.1	Hipotesis Riset .....	56
III.11.2	Hipotesis Statistik .....	57
III.12	Uji Instrumen	
III.10.1	Reliabilitas .....	57
III.10.2	Validitas .....	62
III.13	Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	74
 <b>BAB IV GAMBARAN PROFIL PERUSAHAAN</b>		
IV.1	Profil Singkat Perusahaan .....	75
IV.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	76
IV.3	Struktur Organisasi .....	77
IV.4	Pelayanan Perusahaan .....	77
IV.5	Penghargaan yang Diperoleh .....	78
IV.6	Perubahan Logo dan Slogan Bank Mandiri .....	78
 <b>BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA</b>		
V.1	Karakteristik Responden .....	80
V.2	Analisis Univariat.....	86
V.3	Analisis Bivariat ... ..	112
V.4	Analisis Multivariat .....	116
V.5	Interpretasi Data .....	120
 <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
VI.1	Kesimpulan .....	130
VI.2	Implikasi Penelitian .....	131
IV.3	Rekomendasi Penelitian .....	132
 <b>Daftar Referensi .....</b>		 134

## Daftar Tabel

Tabel		Halaman
Tabel 1	Operasionalisasi Konsep .....	50
Tabel 2	Batasan Korelasi Antar Variabel .....	54
Tabel 3	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Kognitif Tampilan Visual Perusahaan .....	59
Tabel 4	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Afektif Tampilan Visual Perusahaan .....	59
Tabel 5	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Kognitif Perilaku Perusahaan .....	59
Tabel 6	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Afektif Perilaku Perusahaan .....	60
Tabel 7	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Dinamis .....	60
Tabel 8	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Bekerjasama .....	61
Tabel 9	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Bisnis .....	61
Tabel 10	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Karakter .....	61
Tabel 11	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Sukses .....	62
Tabel 12	Nilai Alpha Cronbach Dimensi Menahan diri .....	62
Tabel 13	Nilai KMO Dimensi Kognitif Tampilan Visual .....	63
Tabel 14	Dimensi Kognitif Tampilan Visual .....	64
Tabel 15	Nilai KMO Dimensi Afektif Tampilan Visual .....	64
Tabel 16	Dimensi Afektif Tampilan Visual .....	65
Tabel 17	Nilai KMO Dimensi Kognitif Perilaku Perusahaan .....	66
Tabel 18	Dimensi Kognitif Perilaku Perusahaan .....	66
Tabel 19	Nilai KMO Dimensi Afektif Perilaku Perusahaan .....	67
Tabel 20	Dimensi Afektif Perilaku Perusahaan .....	67
Tabel 21	Nilai KMO Dimensi Dinamis .....	68
Tabel 22	Dimensi Dinamis .....	68
Tabel 23	Nilai KMO Dimensi Bekerjasama .....	69
Tabel 24	Dimensi Bekerjasama .....	69
Tabel 25	Nilai KMO Dimensi Bisnis .....	70

Tabel 26	Dimensi Bisnis .....	70
Tabel 27	Nilai KMO Dimensi Karakter .....	71
Tabel 28	Dimensi Karakter .....	71
Tabel 29	Nilai KMO Dimensi Sukses .....	72
Tabel 30	Dimensi Sukses .....	72
Tabel 31	Nilai KMO Dimensi Menahan Diri .....	73
Tabel 32	Dimensi Menarik Diri .....	73
Tabel 33	Penghargaan Bank Mandiri .....	78
Tabel 34	Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin .....	80
Tabel 35	Distribusi responden berdasarkan usia .....	81
Tabel 36	Distribusi responden berdasarkan pendidikan .....	82
Tabel 37	Distribusi responden berdasarkan pekerjaan .....	83
Tabel 38	Distribusi responden berdasarkan lama menjadi nasabah .....	85
Tabel 39	Distribusi Frekuensi Dimensi Tampilan Visual Perusahaan (kognitif) .....	86
Tabel 40	Distribusi Frekuensi Dimensi Tampilan Visual Perusahaan (afektif) .....	89
Tabel 41	Distribusi Frekuensi Dimensi Perilaku Perusahaan (kognitif) .....	94
Tabel 42	Distribusi Frekuensi Dimensi Perilaku Perusahaan (afektif) .....	97
Tabel 43	Distribusi Frekuensi Dimensi Dinamis .....	100
Tabel 44	Distribusi Frekuensi Dimensi Bekerjasama .....	102
Tabel 45	Distribusi Frekuensi Dimensi Bisnis .....	104
Tabel 46	Distribusi Frekuensi Dimensi Karakter .....	106
Tabel 47	Distribusi Frekuensi Dimensi Sukses .....	109
Tabel 48	Distribusi Frekuensi Dimensi Menahan Diri .....	111
Tabel 49	Korelasi antara Sikap tentang Identitas Perusahaan terhadap Citra Perusahaan .....	113
Tabel 50	Pengaruh Sikap terhadap Identitas Perusahaan pada Citra Perusahaan .....	114

Tabel 51	ANOVA Pengaruh Sikap terhadap Identitas Perusahaan pada Citra Perusahaan .....	114
Tabel 52	Nilai Beta Sikap terhadap Identitas Perusahaan pada Citra Perusahaan .....	115
Tabel 53	Nilai R Square Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	116
Tabel 54	ANOVA Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	117
Tabel 55	Nilai Koefisien Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	118



## Daftar Grafik

Grafik	Halaman
Grafik 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
Grafik 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	82
Grafik 3 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	83
Grafik 4 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	84
Grafik 5 Persentase Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	85
Grafik 6 Nilai Mean per Indikator Dimensi Tampilan Visual (kognitif) .....	88
Grafik 7 Nilai Mean per Indikator Dimensi Tampilan Visual (afektif) .....	92
Grafik 8 Nilai Mean per Indikator Dimensi Perilaku Perusahaan (kognitif).....	95
Grafik 9 Nilai Mean per Indikator Dimensi Perilaku Perusahaan (afektif) .....	98
Grafik 10 Nilai Mean per Indikator Dimensi Dinamis .....	101
Grafik 11 Nilai Mean per Indikator Dimensi Bekerjasama .....	103
Grafik 12 Nilai Mean per Indikator Dimensi Bisnis .....	105
Grafik 13 Nilai Mean per Indikator Dimensi Karakter .....	107
Grafik 14 Nilai Mean per Indikator Dimensi Sukses .....	109
Grafik 15 Nilai Mean per Indikator Dimensi Menahan Diri .....	111

## Daftar Gambar

Gambar		Halaman
Gambar 1.	<i>Stage of Corporate Identity Program</i> .....	5
Gambar 2	Logo Lama Bank Mandiri .....	7
Gambar 3	Logo Baru Bank Mandiri .....	7
Gambar 4	<i>Alessandri's Corporate Identity Model</i> .....	16
Gambar 5	<i>Lavidge and Steiner's Hierarchy of Effects Model</i> .....	19
Gambar 6	<i>The Unitary Identity Model</i> .....	29
Gambar 7	<i>The Branded Identity Model</i> .....	30
Gambar 8	<i>The Diversified Identity Model</i> .....	31
Gambar 9	Skema Pemilihan Sampel .....	49

## Daftar Lampiran

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Identitas Perusahaan
- Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Identitas Perusahaan
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan
- Lampiran 6 Distribusi Karakteristik Responden
- Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Tiap Indikator
- Lampiran 8 Hasil Uji Korelasi
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Sederhana
- Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Berganda
- Lampiran 11 Daftar Kantor Cabang Bank Mandiri se-Jabodetabek