

KATA PENGANTAR

Menyusun penelitian mengenai efektivitas konten website sebagai media publikasi merupakan inisiatif sendiri bagi peneliti. Selain website merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang digandrungi penulis, teknis penggunaannya yang berbasis internet mampu mengubah 34,3 % masyarakat di dunia tidak hanya sebagai *citizen* tetapi juga *citinet*. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian tentang bagaimana efektivitas konten website yang mana peneliti menggunakan PT. Dirgantara Indonesia (Persero), satu-satunya perusahaan kedirgantaraan di Asia Tenggara yang berdiri di Indonesia sebagai obyek penelitian.

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT peneliti panjatkan karena telah diberi kesempatan kelancaran selama penelitian sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Selama penyusunan penelitian ini, peneliti telah mendapat bimbingan, motivasi dan saran yang sangat besar dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini peneliti bermaksud untuk mengucapkan terima kasih sebesar-sebesarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah mendukung dan memotivasi peneliti selama penelitian, Ayah Suyatmo dan Ibu Sugiarti, S.Pd serta kakakku tersayang Dian Purbayasari yang telah memberi semangat ke pada peneliti.
2. Bapak Prof. Ir. Mochammad Ashari, M.Eng., Ph.D selaku Rektor Universitas Telkom.
3. Bapak Ir. Husni Amani, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
4. Ibu Siska Noviaristanti, S.Si., M.T. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Reni selaku Dosen Perwalian Akademik peneliti selama perkuliahan.
6. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan masukan dan bimbingan selama proses penelitian.

7. Ibu Alila Pramiyanti, S.Sos., M.Si dan Bapak selaku penguji I dan Bapak Dedi Kurnia Syah Putra selaku penguji II pada saat seminar proposal yang juga memberi bimbingan dan saran kepada peneliti.
8. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membimbing peneliti selama perkuliahan.
9. Divisi Marketing dan Divisi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) (Bapak Joko, Bapak Ibnu, Bapak Rahendi, Bapak Yadi) yang telah membantu memberikan data-data selama penelitian.
10. Roestanto Sukarta Diputra tersayang yang selalu memberi motivasi, membimbing, menemani, dan menguatkan peneliti di saat suka dan duka selama penelitian.
11. Geng GDNR (Giva, Dina, Naomi, Rizka) yang memiliki satu visi dan misi semenjak awal perkuliahan hingga saat ini dan merupakan sahabat seperjuangan yang selalu bersama selama perkuliahan hingga saat ini.
12. Geng Pondok 18 (Dinie, Tari, Jessi, Yuan, Eka) yang selalu memberi semangat peneliti selama penelitian.
13. Teman-teman Tari Tradisional Bengkel Seni Embun (Kiki, Diah, Binar, Julia, Tiwi, Yudha, Aster) yang selalu memberi motivasi penulis selama penelitian.
14. Teman-teman sesama pejuang skripsi (Lely, Irsyad, Juli, Agnes, Meli, Devi, Ratri, Indri, Via dan kawan-kawan) yang selalu berbagi dan saling memberi semangat satu sama lain.
15. Rekan-rekan ICT Club Ikom (Idham, Arif, Bimo, Kirana, Fera) yang selalu memberi semangat selama penelitian.
16. Bang Tegar dan Kak Putri yang selalu mengingatkan peneliti selama penelitian.
17. Geng SMP-SMA (Bowo, Elis, Dian, Budi, Togi, Aryo) yang senantiasa memberi semangat peneliti agar segera menyelesaikan penelitian.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para peneliti dan para pembaca.

Bandung, April 2014

Dina Artika Bintari
1204100080

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Tahapan Penelitian	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	22
2.2.1 Teori Media: Determinisme Teknologi Komunikasi	22
2.2.2 <i>New Media</i>	23
2.2.3 Proses Mediamorfosis	24

2.2.4 Website	25
2.2.4.1 Konten Website.....	26
2.3 Kerangka Berpikir	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Obyek Penelitian.....	33
3.3.1 Profil PT. Dirgantara Indonesia (Persero)	34
3.3.2 Visi dan Misi PT. Dirgantara Indonesia (Persero).....	34
3.3.3 Website PT. Dirgantara Indonesia (Persero)	35
3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	40
3.4.1 Operasional Variabel	40
3.4.2 Skala Pengukuran	43
3.5 Populasi dan Sampel.....	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.7.1 Uji Validitas	48
3.7.2 Uji Reliabilitas	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Statistik Deskriptif	52
3.8.2 <i>Rank Order Mean</i>	52

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	55
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal (Geografis).....	55
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan Media Sosial	56
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56

4.1.5 Verifikasi Data Responden	57
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Hasil Penelitian <i>Content</i> Website PT. Dirgantara Indonesia (Persero) ...	58
4.2.2 Hasil Penelitian <i>Format</i> dan <i>Usability</i> Konten Website PT. Dirgantara Indonesia (Persero)	62
4.2.3 Hasil Penelitian Desain Website PT. Dirgantara Indonesia (Persero).....	66
4.4 Pembahasan Penelitian	68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
 DAFTAR PUSTAKA	
74	
 LAMPIRAN	
78	