

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP MEDIA
INTERNAL UNIVERSITAS BAKRIE
(Studi pada Media Sosial JakunUB)**

TUGAS AKHIR



**DIANA THASYA SANDYA N
1121003031**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
AGUSTUS 2016**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Diana Thasya Sandya N

NIM : 1121003031

Tanda Tangan



Tanggal : 1 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diana Thasya Sandya N
NIM : 1121003031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultasi : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP MEDIA
INTERNAL UNIVERSITAS BAKRIE (STUDI PADA
MEDIA SOSIAL JAKUNUB)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos, MmediaPrac
Penguji 2 : Dessy Kania, B.A, M.A



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2016

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur atas berkat izin dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Penulisan skripsi yang dibuat penulis berjudul **”Analisis Sikap Mahasiswa Terhadap Media Internal Universitas Bakrie (Studi pada Media Sosial JakunUB) ”** bisa dikerjakan dengan baik.

Skripsi ini dibuat oleh penulis sebagai syarat kelengkapan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada peminatan Komunikasi Korporasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada,

1. Ibu Leni Nurulaeni dan Bapak Agus Sudrajat, kedua orang tua penulis yang telah mendidik penulis selama ini dengan penuh kasih sayang tanpa batas dan selalu mendukung langkah penulis dengan penuh kebijaksanaan.
2. Pandu Azzahra dan Zahwa Nurul Choirunnisa untuk semua bantuan dan dukungannya.
3. Universitas Bakrie, atas kesempatan untuk menempuh pendidikan melalui Beasiswa,
4. Ibu Suhariyanti, M.S.M, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi penulis.
5. Ibu Mirana Hanthasia S.Sos, MMediaPrac, selaku pembimbing akademik penulis sekaligus pembimbing magang yang selalu memberikan motivasi dan masukan yang sangat mendukung bagi penulis.

6. Bapak Doddy Suryadi, S.Sos., M.I.Kom., Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Bakrie, yang telah memberikan kesempatan untuk merasakan pengalaman dan belajar, serta berbagi ilmu di Bagian Humas Universitas Bakrie.
7. Kepada Mbak Ginar Ayuningtyas & Mas Riskiansyah telah banyak membantu penulis.
8. Kepada Sandy Aprilian Iskandar, Ryan Adriana, Citra Cristi, Ibu Tatat Rositawati dan Bapak Obing Iskandar yang memberi banyak memberikan dukungan dalam berbagai hal selama penulisan skripsi ini.
9. Keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, dosen-dosen, Bapak Bambang Sukma Wijaya, Ibu Dian Putri, Ibu Dessy Kania, Ibu Mirana Hanatasia, Mas Aryo Subarkah, staff, kakak-kakak 2010 dan 2011, dan adik-adik, 2013,2014 dan 2015.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2012, yang telah berbagi kasih sayang, semangat, dan kerjasama selama penulis menempuh perkuliahan sampai dengan bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman Peminatan Komunikasi Korporasi Program Studi Ilmu Komunikasi 2012.
12. Kepada Kak Azzarul Mubbin, untuk referensi penulisan skripsi sekaligus mentor dalam penulisan skripsi.
13. Teman-teman di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2013-2014, Ikhsan – Nursita beserta kadep dan yang lainnya.
14. Teman-teman, kakak-kakak dan adik-adik di UKMA Paduan Suara Mahasiswa, yang memberi banyak pengalaman,
15. Teman-teman di Senat Mahasiswa Universitas Bakrie 2014-2015, Adityanata Nugraha dan semua rekan-rekan.

16. Segenap teman-teman yang memberikan doa dan semangat, Elvina dan Nursita Sari.
17. Tim lomba di Ajisaka UGM dan MPR Multimedia Nusantara, Yuni Sriharyani dan Nita Sari terima kasih untuk pengalaman dan kerja samanya.
18. Semua pihak yang telah membantu selama kuliah dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga segala kritik, saran, serta masukan sangatlah diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis berharap, skripsi ini dapat bermanfaat sebagai rujukan maupun masukan untuk berbagai kepentingan. Terima kasih.

Jakarta, 1 Agustus 2016
Penulis,

Diana Thasya SN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Diana Thasya Sandya N
NIM : 1121003031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

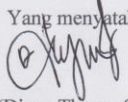
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP MEDIA INTERNAL
UNIVERSITAS BAKRIE (STUDI PADA MEDIA SOSIAL JAKUNUB)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Agustus 2016

Yang menyatakan

(Diana Thasya SN)

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP MEDIA INTERNAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

(Studi pada Media Sosial JakunUB)

Diana Thasya Sandya Nurul¹

ABSTRAK

Penggunaan media internal sebagai alat komunikasi praktisi Humas dengan publik internalnya bisa dalam bentuk berbagai macam. Salah satunya menggunakan media sosial. Di Universitas Bakrie media sosial digunakan sebagai media komunikasi dengan mahasiswa, yang mana mahasiswa memiliki keunikan berbeda dengan *stakeholder* lainnya. Selain menjadi salah satu publik internal dari Universitas Bakrie, mahasiswa juga merupakan *customer* atau pelanggan yang perlu dilayani dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana menggunakan wawancara dan penelusuran media online untuk melihat strategi pesan yang disampaikan oleh media sosial JakunUB, sehingga bisa mempengaruhi sikap mahasiswa pada aspek kognitif, afektif dan konatif. Hasil analisis dari teori startegi pesan, *customer relations management* (CRM), dan teori dampak pesan menunjukkan bahwa pada fungsi peran PR Internal melalui JakunUB dalam memberikan informasi kepada publiknya hanya bisa menyentuh aspek kognitif dan konatif. Sedangkan fungsi PR CRM melalui JakunUB dalam memberikan pelayanan sudah bisa meliputi tiga aspek sikap, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Hal ini terjadi karena JakunUB sebagai media internal yang membantu adanya komunikasi internal langsung terpengaruh oleh strategi pesan yang disampaikan. Salah satu faktor yaitu jumlah pesan afektif yang tidak sebanyak pesan kognitif dan konatif, dan faktor lainnya bahwa mahasiswa merasa pada pesan afektif yang disampaikan oleh JakunUB semata informasi pemberitahuan saja, belum bisa menyentuh emosional mahasiswa. Selain itu pada fungsi JakunUB sebagai peran CRM dipengaruhi oleh elemen *trust* yang mempengaruhi afektif mahasiswa. Sehingga membuat fungsi peran CRM menjadi lebih baik dibanding dengan fungsi peran hubungan internal.

Kata kunci: analisis strategi pesan, publik internal, *customer relations management*, dan kognitif, afektif dan konatif.

¹ Mahasiswa Komunikasi Universitas Bakrie, Peminatan Komunikasi Korporasi.

**ANALYSIS OF STUDENTS ATTITUDE TOWARD UNIVERSITAS
BAKRIE'S INTERNAL MEDIA
(Case on Social Media JakunUB)**

Diana Thasya Sandya Nurul²

ABSTRACT

Using internal media as tool of PR Practitioner for their public could in any form. One of them is social media. In Universitas Bakrie, social media is used as communication media to students, which is students have uniqueness with other stakeholder. Beside internal public, the students is customer that must be serviced. This reserach use qualitative methode which is use interview and online media research for analysis strategic message from JakunUB, that influence students attitude in some aspects, including cognitive, affective and conative. The results analysis from strategic messages theory, customer relations management theory and effect of messages theory show that in PR Internal function through JakunUB to inform to their public, only till cognitive and conative. While in PR as CRM through JakunUB in give the services can reach in three attitude aspects, those are cognitive, affective, and conative. This happen because JakunUB as internal media direct influence by strategic messages. One of the factor is amount affective message is less than cognitive message and conative message, and another factor is affective message that deliverd by JakunUB have not touch students emotional yet. And then, JakunUB as CRM is influenced by trust element that influence students affective. So make CRM function more better than internal relations function.

Keywords: analysis strategic messages, internal public, customer relations management, and cognitive, affective, and conative.

² Student of Universitas Bakrie, Communication Science Major, Corporate Communication

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv-vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii-ix
DAFTAR ISI	x-xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
a. Manfaat Teoritis	9
b. Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10

2.1 Tinjauan Pustaka terhadap Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka terkait Kerangka Pemikiran.....	13
2.2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 Komunikasi Internal	15
2.2.2.1 Media Internal	17
2.2.3 Media Sosial	18
2.2.4 Pesan	20
2.2.5 Efek Pesan dari Media	23
2.2.6 Manajemen Hubungan dengan Pelanggan (<i>Customer Relation Management</i>)	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Sumber Data Premier Dan Sekunder	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Konseptual Dan Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	40

3.7 Keterbatasan Penelitian.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Profil Universitas Bakrie.....	42
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	42
4.1.2 Struktur Organisasi Universitas Bakrie.....	50
4.1.3 Bidang-Bidang Kerja / <i>Job Description</i> Dan Batasan Kerja.....	51
4.1.4 Media yang digunakan Universitas Bakrie	52
4.1.4.1 Media Eksternal	52
4.1.4.2 Media Internal.....	53
4.2 Gambaran Objek Penelitian	52
4.2.1 Jaringan Komunikasi Untuk Universitas Bakrie	54
4.2.2 Profil Informan.....	55
4.3 Hasil Penelitian	60
4.3.1 Temuan	61
4.3.1.1 Strategi Pesan JakunUB.....	61
4.3.1.2 Dampak Kognitif, Afektif dan Konatif Mahasiswa dari pesan Media Internal JakunUB	71
4.3.2 Pembahasan	84
4.3.2.1 Strategi Pesan JakunUB.....	84

4.3.2.2 Fungsi PR pada Hubungan Internal terkait dengan sikap (kognitif, afektif dan konatif) Mahasiswa	88
4.3.2.3 Fungsi PR pada Customer Relations Management (CRM) terkait dengan sikap (kognitif, afektif dan konatif) Mahasiswa.	91
BAB V SIMPULAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Akademis	104
5.2.2 Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penggunaan Internet Indonesia	2
Gambar 1.2	Demografi Pengguna Internet Indonesia.....	3
Gambar 3.1	Tampilan Akun Line JakunUB	32
Gambar 3.2	Tampilan Twitter JakunUB.....	33
Gambar 3.3	Tampilan Instagram JakunUB.....	33
Gambar 4.1	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Info Lowongan Magang.....	63
Gambar 4.2	<i>Screenshoot</i> Akun resmi Line JakunUB – Info Prestasi	64
Gambar 4.3	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Info Prestasi.....	65
Gambar 4.4	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – <i>Retweet</i> akun Twitter UBCampus mengenai penandatanganan MOU	66
Gambar 4.5	<i>Screenshoot</i> Instagram JakunUB – Acara Organisasi Mahasiswa.....	66
Gambar 4.6	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Ucapan Perayaan Momen	67
Gambar 4.7	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Kultweet JakunUB, Tips saat magang.....	67
Gambar 4.8	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Kulchat JakunUB dengan Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi	68
Gambar 4.9	<i>Screenshoot</i> Akun Resmi Line JakunUB – Cara membayar uang kuliah.....	69
Gambar 4.10	<i>Screenshoot</i> Twitter JakunUB – Ucapan perayaan hari Ibu	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian 1	11
Tabel 2.2	Penelitian 2.....	12
Tabel 2.3	Penelitian 3.....	13
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep	37

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran.....	29
Bagan 3.1	Proses Analisis Data Kualitatif	39
Bagan 4.1	Kerangka Pemikiran.....	60