

ABSTRAKSI

EVA HOLLANY

44207110014

EFEKTIVITAS MEDIA WEBSITE SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI
PELANGGAN CV. TRI MITRA ABADI JAKARTA

V Bab; 103 halaman; 29 Tabel; 6 lampiran

Bibliografi : (1992-2009)

Data statistik menunjukkan bahwa pada tahun 1995 terdapat 30 juta populasi pengguna dan 100 juta pengguna pada tahun 1998. Diperkirakan tahun 2010 semua orang akan terhubung ke internet dengan asumsi pertumbuhan setiap bulan sebesar 10 persen. Perkembangan internet yang begitu pesat dengan pemakai yang terus bertambah menjadikan aktivitas komunikasi data dan informasi semakin mudah dan cepat. Banyak perusahaan yang mulai melirik internet sebagai sarana promosi ataupun PR. Internet dianggap potensial sebagai media komunikasi dan penyebar informasi.

Bagi CV. Tri Mitra Abadi yang bergerak dalam bisnis pelayanan barang-barang promosi dan juga sebagai konsultan barang-barang promosi, penggunaan internet sangat penting sekali. Internet memudahkan komunikasi dengan pelanggannya yang sebagian besar adalah perusahaan-perusahaan, juga sebagai alat promosi sekaligus media PR. Oleh karena itu penulis ingin meneliti efektivitas pemanfaatan internet, dalam hal ini website, sebagai penyebar informasi kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep-konsep teori antara lain: konsep komunikasi, *public relations*, media-media PR, dan efektivitas. Obyek penelitian adalah pelanggan CV. Tri Mitra Abadi, Jakarta. Data dikumpulkan melalui survei dengan sampel sebanyak 100 orang.

Dengan menggunakan metode *Likert Summating Rating* (LSR), dapat diketahui bahwa dari keenam dimensi yang diteliti (dimensi penerima, isi pesan, ketepatan waktu, media, format dan sumber) memberikan hasil yang efektif. Artinya, website CV. Tri Mitra Abadi dikatakan efektif baik dari segi penerima, isi pesan, ketepatan waktu, media, format, dan sumber. Adapun responden yang memberikan tanggapan positif (menyatakan setuju dan sangat setuju) pada dimensi penerima sebesar 82,0 persen, pada dimensi isi pesan sebesar 70,8 persen, pada dimensi ketepatan waktu sebesar 74,5 persen, pada dimensi media sebesar 80,6 persen, pada dimensi format sebesar 63,8 persen, dan pada dimensi sumber sebesar 61,0 persen.

Walaupun secara keseluruhan website CV. Tri Mitra Abadi dikatakan efektif sebagai sumber informasi bagi pelanggan, namun masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan demi kemajuan perusahaan. Perusahaan harus berusaha meningkatkan tingkat keterpercayaan responden terhadap perusahaan karena melihat persentase respon positif dari dimensi sumber yang masih rendah. Selain itu, dari segi format *website*, dapat dibuat lebih menarik lagi, sehingga semakin banyak khalayak yang tertarik untuk mengakses *website*.