



**LOGO, MODEL KOMUNIKASI,
KREATIF DAN KINERJA**
(STUDI HUBUNGAN ANTARA
**LOGO, MODEL KOMUNIKASI, KREATIF DAN KINERJA KARYAWAN
DI PABRIK NON SOAPY DETERGENT CIKARANG, BEKASI)**

TESIS

Oleh

Nama : Bambang Yoga Samekta

NIM : 55208120050

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2014**

**HALAMAN UNTUK DI INSERT LAMPIRAN PENGESAHAN
YANG SUDAH DI TANDA TANGAN**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena atas limpahan karunia rahmat-Nya sehingga karya akhir yang berjudul “Logo, Model Komunikasi, Kreatif dan Kinerja.(Studi Hubungan Antara Logo, Komunikasi, Kreatif dan Kinerja Karyawan di Pabrik Non Soapy Detergent, Cikarang Bekasi)” ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Dr Ir.H.Amirudin Saleh MSi, selaku Dosen Pengajar dan Pembimbing I Universitas Mercu Buana,
- Bapak Dr Irwansyah MA, selaku Dosen Pengajar dan Pembimbing 2 Universitas Mercu Buana ,
Sekaligus beliau berdua telah membimbing serta menyediakan waktu dan kesabaran dalam memberikan ilmu pada penulis.
- Bapak Dr.Farid Hamid MSi , Dr Heri Budiarto Msi sebagai dosen Pengajar dan penguji. Universitas Mercu Buana,
- Para dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana yang banyak membantu dalam proses perkuliahan
- Seluruh teman-teman karyawan PT Unilever di TBB, SCC&C, WALL’S, NSD, LIQUID dan teman-teman Security Pabrik PT Unilever Cikarang yang telah mendukung atas keberhasilan penelitian ini,
- Seluruh keluarga besar saya, Ibunda tersayang Sudarmini, kakak dan adik semua, istriku Pipit Rosfida, anak-anakku Aditya, Rara, Naya, Leny dan cucunda Devan Mahesvara Rajavidya Satvika atas segala cinta, doa, dan dukungan yang diberikan,
- Semua teman-teman yang saya cintai dan saya hormati, yang telah memberikan doa, semangat, waktu, dukungan yang diberikan.
- Teman-teman Teknik Industri angkatan 8 Universitas Mercu Buana, atas doa dan rasa kebersamaan selama ini.
- Teman-teman Magister Ilmu Komunikasi angkatan 6 Universitas Mercu Buana yang selalu saling mendukung dan selalu saling memberikan semangat untuk menyelesaikan kuliah di Magister Ilmu Komunikasi sampai lulus.

Akhir kata, segala kritik dan saran penulis perlukan demi penyempurnaan karya akhir ini, dan semoga karya akhir ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, February 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10

BAB II	KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESA.....	11
2.1.	Kajian Pustaka.....	11
2.1.2	Beberapa studi sebelumnya berkaitan dengan topik penelitian.....	11
2.1.2	Perubahan Antara Logo Lama dengan Logo Baru ..	17
2.1.3	Logo dan Persepsi.....	18
2.1.4.	Perilaku Model Komunikasi dan Persepsi.....	23
2.1.5	Kreatif dan Persepsi.....	26
2.1.6	Kinerja Karyawan dan Persepsi.....	29
2.1.7	Pengertian Kinerja	32
2.1.8	Evaluasi Kinerja.....	34
2.1.9	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.....	40
2.2	Kerangka Pemikiran	42
2.3	Hipotesis Teori	45
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1	Obyek Penelitian / Pengkajian Akademis	46
3.2	Paradigma Penelitian	47
3.3	Metode Penelitian.....	47
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.4.1	Populasi Penelitian	48
3.4.2	Sampel Penelitian	49
3.5	Data Primer dan Data Sekunder.....	50
3.5.1	Data Primer.	50
3.5.2	Data Sekunder.....	51
3.6.	Definisi Operasional atau Operasionalisasi Konsep.....	51
3.6.1	Konsep	51
3.6.2	Operasional	51

3.7	Validitas dan Reliabilitas Instrumentasi	53
3.7.1	Uji Validitas	53
3.7.2	Uji Reliabilitas	54
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.9	Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.1	Deskripsi Responden. Menurut Jenis Kelamin.....	57
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
4.1.3	Deskripsi Responden Menurut Usia	59
4.1.4	Deskripsi Responden Menurut Masa Kerja.....	60
4.3	Persepsi Responden tentang Variabel Perubahan Logo, Model Komunikasi, Kreatif dan Kinerja Karyawan di Pabrik NSD	69
4.3.1	Persepsi Responden tentang Perubahan logo.....	61
4.3.2	Persepsi Responden tentang Model Komunikasi....	63
4.	Pencapaian Kinerja karyawan Pabrik Non Soapy Detergent (NSD) Cikarang akibat perubahan logo.....	64
4.3	Pembahasan Pengaruh Perubahan Logo lama dengan Kinerja.....	68
4.4	Pembahasan Hubungan Model Komunikasi dengan Kinerja.....	68
4.5	Pembahasan Hubungan Dimensi Kreatif dengan Kinerja Karyawan	68
4.7.	Regresi.....	74
4.8.	Uji Multikolinearitas.....	75

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5,1	Analisis Data.....	72
5.1.1	Kesimpulan Penelitian.....	74
5.1.2	Keterbatasan Penelitian.....	74
5.2.	Kesimpulan dan Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP /BIODATA PENELITI



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.1 Kajian Pustaka Tinjauan pada Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.4.1.1 Jumlah Sampel Karyawan Setiap Bagian Kerja di NSD Cikarang	54
Tabel 3.5.2.1 Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	58
Tabel 3.6.1 Definisi Operasional atau Operasionalisasi	58
Tabel 4.2.2.1 Distribusi Responden menurut Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2.3.1 Responden menurut Pendidikan	75
Tabel 4.2.4.1. Responden menurut Usia	76
Tabel 4.2.5.1 Responden menurut Masa Kerja.....	77
Tabel 4.2.6.1 Persepsi Karyawan tentang Perubahan Logo (X1).....	79
Tabel 4.2.6.2 Persepsi Karyawan tentang Model Komunikasi (X2).....	80
Tabel 4.2.6.3 Persepsi Karyawan tentang Kreatif (X3).....	81
Tabel 4.2.6.4 Persepsi Karyawan tentang Kinerja (Y).....	82
Tabel 4.2.6.5. Persepsi Karyawan tentang Perubahan Logo(X1), Model Komunikasi(X2) dan Kreatif(X3) dengan Kinerja Karyawan(Y).....	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2.1 Kerangka Teoritis.....	44
Gambar 2.2.2 Kerangka Pemikiran Hubungan Antar Variabel	45
Gambar 2.2.2 Persepsi Logo lama dan logo baru	46
Gambar 3.6.1 Model Konsep	56
Gambar 4.3.2.1 Histogram Dependent Variabel : Kinerja Karyawan	87
Gambar 4.3.4.1 Pengaruh Antar Variabel Dalam Diagram Alur	92



UNIVERSITAS
MERCU BUANA