

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERTANYAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.2.1. Kegunaan Akademis.....	7
1.3.2.2. Kegunaan Praktis.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Efektivitas.....	15
2.3.1. <i>Public Relations</i>	15
2.3.1. Definisi <i>Public Relations</i>	15
2.3.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	17
2.4. Media – Media PR.....	21
2.4.1. Media Internal.....	21
2.4.2. Media Eksternal.....	22
2.4.2.1. <i>Electronic Public Relations (Cyber Public Relations)</i>	23
2.4.2.2. Website.....	27
2.5. <i>Computer Mediated Communication</i>	31
2.5.1. Dimensi-Dimensi <i>Computer Mediated Communication</i>	32
2.5.1.1. Dimensi <i>Accessibility</i> (Daya Jangkau/ Akses Informasi).....	32
2.5.1.2. Dimensi <i>Speed</i> (Kecepatan Informasi).....	32
2.5.1.3. Dimensi <i>Amount</i> (Jumlah/ Kuantitas Informasi).....	32
2.5.1.4. Dimensi <i>Cognitive Effectiveness</i> (Keefektifan Memperoleh Pengetahuan).....	33
2.5.1.5. Dimensi <i>Relevance</i> (Kesesuaian Informasi).....	33

2.5.1.6. Dimensi <i>Motivating</i> (dari Informasi)	33
2.6. Informasi	33
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Tipe Penelitian.....	35
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.4.1. Populasi	37
3.4.2. Sampel.....	38
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1. Data Primer	40
3.5.2. Data Sekunder	42
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1. Validitas	43
3.6.2. Reliabilitas.....	46
3.7. Teknik Analisis Data.....	49
3.8. Operasionalisasi Konsep	52
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1. Profil PT Cakrawala Putra Nusantara	54
4.1.2. Stuktur Organisasi	57
4.1.3. Kunci Manajemen.....	57
4.1.4. Kompetensi Inti.....	58
4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	58
4.2.1.1. Jenis Kelamin	59
4.2.1.2. Usia.....	59
4.2.2. Analisis Efektivitas Media Website	60
4.2.2.1. Dimensi <i>Accessibility</i>	60
4.2.2.1.1. Indikator alamat <i>link</i> website dapat diakses.....	61
4.2.2.1.2. Indikator setiap halaman dalam website mudah untuk diakses.....	64
4.2.2.1.3. Indikator website dapat diakses melalui PC dan <i>smartphone</i>	67
4.2.2.1.4. Indikator kolom keluhan pelanggan terlihat jelas	69
4.2.2.2. Dimensi <i>Speed</i>	72
4.2.2.2.1. Indikator informasi mengenai kegiatan PT Cakrawala Putra Nusantara selalu di- <i>update</i>	73
4.2.2.2.2. Indikator informasi mengenai product PT Cakrawala Putra Nusantara selalu di- <i>update</i>	75
4.2.2.2.3. Indikator pesan pelanggan selalu direspon maksimal 1 x 24 jam	78

4.2.2.3.	Dimensi <i>Amount</i>	80
4.2.2.3.1.	Indikator seluruh informasi mengenai PT. Cakrawala Putra Nusantara tertuang jelas dan lengkap di website.....	81
4.2.2.3.2.	Indikator website PT Cakrawala Putra Nusantara menyajikan informasi yang beragam mengenai kegiatan perusahaan	84
4.2.2.4.	Dimensi <i>Cognitive Effectiveness</i>	86
4.2.2.4.1.	Indikator informasi yang ada dalam website merupakan informasi yang dapat dimengerti	87
4.2.2.4.2.	Indikator pengunjung website mengetahui ragam produk PT Cakrawala Putra Nusantara	89
4.2.2.5.	Dimensi <i>Relevance</i>	92
4.2.2.5.1.	Indikator pesan yang disampaikan dalam website merupakan pesan yang dibutuhkan oleh pengunjung	93
4.2.2.5.2.	Indikator respon yang diberikan oleh team CPN jelas dan sesuai kebutuhan pengunjung website	95
4.2.2.5.3.	Respon team CPN interaktif dalam merespon pesan pengunjung	97
4.2.2.6.	Dimensi <i>Motivating</i>	98
4.2.2.6.1.	Pengunjung website tertarik untuk mengetahui informasi lebih detail mengenai PT Cakrawa Putra Nusantara.....	99
4.2.2.6.2.	Indikator pengunjung website tertarik untuk mengetahui produk PT Cakrawala Putra Nusantara	102
4.3.	Hasil Analisa Data Efektivitas Website PT Cakrawala Putra Nusantara	104
4.4.	Pembahasan.....	105
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		116
5.1.	Kesimpulan.....	116
5.2.	Saran.....	118
5.2.1.	Saran Teoritis	118
5.2.2.	Saran Praktis.....	118
 DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN		xvi