

ABSTRAK

Veronica Mirna Meyfanny Limantono:

Persepsi Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya Terhadap Media Internal Dwi Pekan.

Penerbitan media organisasi merupakan salah satu sarana untuk berkomunikasi dengan publik internal. Humas Universitas Kristen Petra menerbitkan media internal Dwi Pekan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Kristen Petra terhadap Dwi Pekan berdasarkan proses terbentuknya persepsi. Hasil penelitian menunjukkan persepsi mahasiswa dari proses sensasi bernilai positif, karena terlihat menarik dan dari proses atensi bernilai positif karena menggugah minat baca. Sedangkan pada proses interpretasi nilainya netral karena kurang menarik bagi pembaca.

Kata kunci:

Sensasi, atensi, interpretasi dan media internal

ABSTRACT

Veronica Mirna Meyfanny Limantono

The Perception of Petra Christian University Student Towards the Internal Media Dwi Pekan.

The publicity of organization media is one of the media to communicate within internal public. Petra Christian University's Public Relation has issued internal media Dwi Pekan. This research is done to form a perception. Research has proven that student's perception about the process of sensation is positive, because it appears attractive and also positive from the process of attention, for its ability to rouse reading interest. On the other hand, the interpretation process is neutral because it is not attractive enough for the readers.

Keyword:

Sensation, Attention, Interpretation, and Internal media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	4
1.6. Sistematika Penulisan	4
2. LANDASAN TEORI	7
2.1. Teori.....	7
2.1.1 <i>Public Relations</i> (Humas)	
2.1.1.1 Definisi <i>Public Relations</i> (Humas)	7
2.1.1.2 Fungsi dan Kewajiban <i>Public Relations</i> (Humas)	8
2.1.1.3 Khalayak.....	9
2.1.2 Media Korporasi	10
2.1.2.1 Tahapan Media Korporasi	12
2.1.2.2 Format Media.....	16
2.1.3 Persepsi.....	17
2.1.3.1 Definisi Persepsi	17
2.1.3.2 Faktor Pembentuk Persepsi	19
2.1.3.3 Proses Terbentuknya Persepsi	21
2.2. Nisbah Antar konsep.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran	23
3. METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1. Definisi Konseptual.....	24
3.2. Definisi Operasional.....	25
3.3. Jenis Penelitian.....	27
3.4. Jenis Sumber data.....	27
3.5. Populasi dan Sampel	28
3.6. Teknik Penarikan Sampel.....	28

3.7. Metode Pengumpulan Data	31
3.8. Metode Pengukuran Data	31
3.9. Teknik Analisis	32
3.9.1 Uji Validitas.....	33
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.9.3 Deskriptif Frekuensi.....	33
3.9.4 Prosedur Tabulasi Silang.....	33
4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
4.1. Sejarah Singkat Universitas Kristen Petra	34
4.2. Dasar dan Tujuan Universitas Kristen Petra.....	34
4.3. Visi dan Misi Universitas Kristen Petra	35
4.4. Logo Universitas Kristen Petra	36
4.5. Jurusan / Program Studi di Universitas Kristen Petra	36
4.6. Dwi Pekan	37
5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
5.1. Uji Validitas	41
5.2. Uji Reliabilitas.....	47
5.3. Deskriptif Frekuensi.....	48
5.3.1 Karakteristik Responden	48
5.3.2 Sensasi.....	50
5.3.3 Atensi.....	71
5.3.4 Interpretasi	87
5.4. Distribusi Frekuensi Variabel.....	104
5.4.1 Variabel Sensasi.....	104
5.4.2 Variabel Atensi	106
5.4.3 Variabel Interpretasi.....	107
5.4.4 Variabel Persepsi.....	109
5.5. Tabulasi Silang	111
5.5.1 Jenis Kelamin dan Sensasi.....	111
5.5.2 Jenis Kelamin dan Atensi	112
5.5.3 Jenis Kelamin dan Interpretasi.....	113
5.5.4 Frekuensi Membaca dan Sensasi	114
5.5.5 Frekuensi Membaca dan Atensi.....	115
5.5.6 Frekuensi Membaca dan Interpretasi	116
6. KESIMPULAN DAN SARAN	117
6.1. Kesimpulan.....	117
6.2. Saran	118
DAFTAR REFERENSI	119
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.4 Logo Universitas Kristen Petra	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perhitungan Sampel.....	30
Tabel 5.1 Uji Validitas Sensasi Desain <i>Cover</i>	41
Tabel 5.2 Uji Validitas Sensasi Isi.....	42
Tabel 5.3 Uji Validitas Sensasi Desain Isi.....	43
Tabel 5.4 Uji Validitas Atensi Desain <i>Cover</i>	43
Tabel 5.5 Uji Validitas Atensi Isi.....	44
Tabel 5.6 Uji Validitas Atensi Desain Isi	45
Tabel 5.7 Uji Validitas Interpretasi Desain <i>Cover</i>	45
Tabel 5.8 Uji Validitas Interpretasi Isi.....	46
Tabel 5.9 Uji Validitas Interpretasi Desain Isi.....	47
Tabel 5.10 Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 5.11 Angkatan Responden.....	49
Tabel 5.12 Usia Responden.....	49
Tabel 5.13 Frekuensi Membaca Dwi Pekan	50
Tabel 5.14 Desain Bingkai Pada <i>Cover</i> Terlihat Menarik	50
Tabel 5.15 Penempatan Nama dan Identitas Pada <i>Cover</i> Terlihat Jelas.....	51
Tabel 5.16 Penempatan Foto, Gambar dan Judul Tulisan Terlihat Menarik	52
Tabel 5.17 Jenis Huruf Pada <i>Cover</i> Dwi Pekan Terlihat Serasi dan Menarik ...	53
Tabel 5.18 Informasi Dari Lingkup Manajemen Terlihat Menarik.....	53
Tabel 5.19 Informasi Dari Lingkup Non Manajemen Terlihat Menarik	54
Tabel 5.20 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Infomatif Terlihat Menarik	55
Tabel 5.21 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya edukatif Terlihat Menarik	56
Tabel 5.22 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Menghibur Terlihat Menarik .	57
Tabel 5.23 Informasi yang Berasal Dari Pengamatan langsung Terhadap Peristiwa Nyata Terlihat Menarik	58
Tabel 5.24 Informasi yang Berasal Dari Hasil Rekaan Terhadap Peristiwa Nyata Terlihat Menarik	59
Tabel 5.25 Informasi yang Didasarkan Pada Pendapat Seseorang Terlihat Menarik	60
Tabel 5.26 Informasi yang Didasarkan Pada Hasil Rekaan Pikiran Seseorang Terlihat Menarik	61
Tabel 5.27 Informasi Yang Membahas Universitas Kristen Petra Terlihat Menarik	62
Tabel 5.28 Informasi Yang Membahas Di Luar Universitas Kristen Petra Terlihat Menarik	63
Tabel 5.29 Informasi Yang Disajikan dalam Format Artikel Terlihat Menarik	64
Tabel 5.30 Informasi Yang Disajikan dalam Format Berita Terlihat Menarik ..	64
Tabel 5.31 Informasi Yang Disajikan dalam Format Foto atau Bagan Terlihat Menarik	65
Tabel 5.32 Penempatan Teks, Judul dan Foto Pada Halaman Isi Dwi Pekan Terlihat Rapi.....	66
Tabel 5.33 Penggunaan Garis atau Unsur Grafis Lain Pada Halaman Isi Dwi Pekan Terlihat Rapi.....	67
Tabel 5.34 Penggunaan Bidang Putih, Kolom dan Ukuran Kolom Pada Halaman Isi Dwi Pekan Terlihat Rapi Dan Menarik.....	68
Tabel 5.35 Pemilihan Huruf (Jenis, Ukuran, Langgam dan Tipe) Pada	

Halaman Isi Dwi Pekan Terlihat Indah.....	69
Tabel 5.36 Penempatan Identitas Halaman Pada Halaman Isi Dwi Pekan Dapat Langsung Terlihat.....	69
Tabel 5.37 Waktu Terbit Dwi Pekan Menumbuhkan Rasa Penasaran.....	70
Tabel 5.38 Desain Bingkai Pada <i>Cover</i> Menggugah Minat Baca.....	71
Tabel 5.39 Penempatan Nama dan Identitas Pada <i>Cover</i> Menggugah Minat Baca	72
Tabel 5.40 Penempatan Foto, Gambar dan Judul Tulisan Menggugah Minat Baca.....	72
Tabel 5.41 Jenis Huruf Pada <i>Cover</i> Dwi Pekan Menggugah Minat Baca.....	73
Tabel 5.42 Informasi Dari Lingkup Manajemen Menggugah Minat Baca.....	74
Tabel 5.43 Informasi Dari Lingkup Non Manajemen Menggugah Minat Baca	74
Tabel 5.44 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Informatif Menggugah Minat Baca.....	75
Tabel 5.45 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya edukatif Menggugah Minat Baca.....	76
Tabel 5.46 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Menghibur Menggugah Minat Baca.....	77
Tabel 5.47 Informasi yang Berasal Dari Pengamatan langsung Terhadap Peristiwa Nyata Menggugah Minat Baca	77
Tabel 5.48 Informasi yang Berasal Dari Hasil Rekaan Terhadap Peristiwa Nyata Menggugah Minat Baca	78
Tabel 5.49 Informasi yang Didasarkan Pada Pendapat Seseorang Menggugah Minat Baca.....	79
Tabel 5.50 Informasi yang Didasarkan Pada Hasil Rekaan Pikiran Seseorang Menggugah Minat Baca	79
Tabel 5.51 Informasi Yang Membahas Universitas Kristen Petra Menggugah Minat Baca.....	80
Tabel 5.52 Informasi Yang Membahas Di Luar Universitas Kristen Petra Menggugah Minat Baca	81
Tabel 5.53 Informasi Yang Disajikan dalam Format Artikel Menggugah Minat Baca	82
Tabel 5.54 Informasi Yang Disajikan dalam Format Berita Menggugah Minat Baca.....	82
Tabel 5.55 Informasi Yang Disajikan dalam Format Foto atau Bagan Menggugah Minat Baca	83
Tabel 5.56 Penggunaan Garis atau Unsur Grafis Lain Pada Halaman Isi Dwi Pekan Menggugah Minat Baca	84
Tabel 5.57 Penggunaan Bidang Putih, Kolom dan Ukuran Kolom Pada Halaman Isi Dwi Pekan Menggugah Minat Baca	85
Tabel 5.58 Pemilihan Huruf (Jenis, Ukuran, Langgam dan Tipe) Pada Halaman Isi Dwi Pekan Menggugah Minat Baca	85
Tabel 5.59 Penempatan Identitas Halaman Pada Halaman Isi Dwi Pekan Membuat Tertarik Untuk Membaca	86
Tabel 5.60 Waktu Terbit Dwi Pekan Menggugah Minat Baca.....	87
Tabel 5.61 Desain Bingkai Pada <i>Cover</i> Sudah Serasi	87
Tabel 5.62 Penempatan Nama dan Identitas Pada <i>Cover</i> Sudah Informatif.....	88

Tabel 5.63 Penempatan Foto, Gambar dan Judul Tulisan Sudah Serasi	89
Tabel 5.64 Jenis Huruf Pada <i>Cover</i> Dwi Pekan Sudah Serasi	90
Tabel 5.65 Informasi Dari Lingkup Manajemen Memberi banyak Manfaat.....	90
Tabel 5.66 Informasi Dari Lingkup Non Manajemen Memberi banyak Manfaat	91
Tabel 5.67 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Informatif Mudah Dimengerti.	92
Tabel 5.68 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya edukatif Mudah Dimengerti...	93
Tabel 5.69 Informasi Dwi Pekan yang Sifatnya Menghibur Mudah Dimengerti	93
Tabel 5.70 Informasi yang Berasal Dari Pengamatan langsung Mudah Dimengerti.....	94
Tabel 5.71 Informasi yang Berasal Dari Hasil Rekaan Terhadap Peristiwa Nyata Mudah Dimengerti.....	95
Tabel 5.72 Informasi yang Didasarkan Pada Pendapat Seseorang Mudah Dimengerti.....	95
Tabel 5.73 Informasi yang Didasarkan Pada Hasil Rekaan Pikiran Seseorang Mudah Dimengerti.....	96
Tabel 5.74 Informasi Yang Membahas Universitas Kristen Petra Menambah pengetahuan	97
Tabel 5.75 Informasi Yang Membahas Di Luar Universitas Kristen Petra Menambah pengetahuan	97
Tabel 5.76 Informasi Yang Disajikan dalam Format Artikel Menambah pengetahuan	98
Tabel 5.77 Informasi Yang Disajikan dalam Format Berita Menambah pengetahuan	99
Tabel 5.78 Informasi Yang Disajikan dalam Format Foto atau Bagan Mudah dimengerti.....	100
Tabel 5.79 Penempatan Teks, Judul dan Foto Pada Halaman Isi Sudah Serasi.	100
Tabel 5.80 Penggunaan Garis atau Unsur Grafis Lain Pada Halaman Isi Dwi Pekan Sudah Serasi.....	101
Tabel 5.81 Penggunaan Bidang Putih, Kolom dan Ukuran Kolom Pada Halaman Isi Dwi Pekan Sudah Serasi.....	102
Tabel 5.82 Pemilihan Huruf (Jenis, Ukuran, Langgam dan Tipe) Pada Halaman Isi Dwi Pekan Sudah Serasi.....	102
Tabel 5.83 Penempatan Identitas Halaman Pada Halaman Isi Dwi Pekan Informatif	103
Tabel 5.84 Waktu Terbit Dwi Pekan Tepat Waktu	104
Tabel 5.85 Distribusi Frekuensi Variabel Sensasi.....	105
Tabel 5.86 Distribusi Frekuensi Variabel Atensi	107
Tabel 5.87 Distribusi Frekuensi Variabel Interpretasi.....	108
Tabel 5.88 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi	110
Tabel 5.89 Jenis Kelamin dan Sensasi.....	111
Tabel 5.90 Jenis Kelamin dan Atensi	112
Tabel 5.91 Jenis Kelamin dan Interpretasi.....	113
Tabel 5.92 Frekuensi Membaca dan Sensasi	114
Tabel 5.93 Frekuensi Membaca dan Atensi.....	115
Tabel 5.94 Frekuensi Membaca dan Interpretasi	116