

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM SOSIALISASI
LOGO DAN TAGLINE KEPADA KARYAWAN
PT LINTASARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh :

CHRISTINA PRASETIANI

08 09 03519/ KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

**Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Logo dan Tagline Baru
Kepada Karyawan PT Lintasarta**

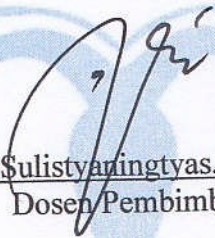
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

CHRISTINA PRASETIANI
NIM : 080903519 / Kom

Disetujui oleh :


Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Logo dan Tagline Baru
Kepada Karyawan PT Lintasarta
Penyusun : Christina Prasetiani
NIM : 080903519 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Senin, 24 September 2012
Pukul : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1
Gedung Kampus Fisip
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si

Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos, M.Si

Penguji I

Drs. Setio Budi H. H., M.Si

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christina Prasetiani

Nomor Mahasiswa : 080903519

Program Studi : Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Logo dan Tagline Baru Kepada Karyawan PT Lintasarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar - benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 23 September 2012

Saya yang menyatakan,



Christina Prasetiani

HALAMAN PERSEMBAHAN



**Karya ini ku persembahkan kepada Tuhan,
Orangtua,
Keluarga,
dan Sahabat**

**Terima kasih untuk segala perhatian dan
semangat yang selama ini kalian berikan**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan-Nya dalam segala proses dari awal hingga terselesaikannya penelitian ini, sehingga penulis mampu melaksanakan dengan baik, dari proses awal hingga akhir penelitian sebagai tugas akhir dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DALAM SOSIALISASI LOGO DAN TAGLINE PT LINTASARTA”**. Pelaksanaan penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian yang sudah disusun memaparkan dan menjelaskan tentang strategi komunikasi dalam mensosialisasikan logo dan *Tagline* kepada karyawan PT Lintasarta. Dijelaskan dalam penelitian ini mengenai strategi komunikasi dan program sosialisasi yang digunakan untuk mensosialisasikan logo dan *Tagline* baru kepada karyawan PT Lintasarta. Penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik karena dukungan dan peran serta dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus untuk penyertaan, bimbingan, dan perlindungan-Nya sepanjang hidupku, yang selalu menuntunku dalam setiap langkah yang kuambil, mengajarkan untuk selalu bersabar dan senantiasa memberikan keajaiban.
2. Papa, Mama, dan Adek. Terima kasih atas segala semangat dan dorongan dalam bentuk material maupun moral. Terima kasih untuk selalu menanyakan kemajuan dari skripsi ini sehingga memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.
3. Benedictus Anindita Satmoko, atas segala doa, semangat, cinta, dan perhatiannya yang selalu memotivasi agar penelitian ini segera dapat diselesaikan.
4. Bu Ike Devi yang telah sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kesabaran dalam membimbing mulai dari kuliah kerja lapangan sampai skripsi ini. Terima kasih atas kritik, saran, masukan

serta perhatian Ibu kepada saya. Maafkan jika saya banyak salah selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

5. Bu Ninik, atas kritik dan saran pada saat pendadaran yang dapat menyempurnakan laporan skripsi ini.
6. Pak Setio, atas kritik dan saran pada saat pendadaran yang dapat menyempurnakan laporan skripsi ini.
7. Om Yuni dan Mbak Rini, atas segala bantuan dan dukungan selama penulis melakukan penelitian di Jakarta.
8. Mas Aldo selaku PR Eksternal yang telah membantu penulis dalam melengkapi segala keperluan dan membimbing peneliti selama melakukan penelitian. Mbak Yuni selaku HCM yang telah membimbing dan menemani penulis kalau berangkat ke kantor. Mbak Aryani selaku assistant marketing, terimakasih sudah meluangkan waktu untuk dapat melakukan wawancara, *sharing* dan memberi data yang diperlukan. Maaf apabila selama penelitian sering mengganggu pekerjaan kantor.
9. Untuk Rory, Tina, Anin, Fany, Ko Wahyu, Yudha, Racka, Theo, Desy, Citra, Veta, Wike, dan teman-teman FISIP lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk selalu saling mendukung dan berbagi cerita selama di kampus.

Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna, maka penulis mohon maaf bila ada kesalahan. Penulis menerima kritik, saran dan masukan agar ke depannya bisa lebih baik. Akhir kata, semoga laporan skripsi ini bisa memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui mengenai strategi komunikasi.

Yogyakarta, 23 September 2012

Christina Prasetiani

Christina Prasetiani

No. Mhs : 03519/ KOM

Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Logo dan *Tagline* PT Lintasarta

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam mensosialisasikan logo dan *tagline* baru kepada karyawan khususnya di PT Lintasarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mensosialisasikan kepada karyawan. Harapannya adalah penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi dunia luar mengenai kasus penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi logo dan *tagline* baru kepada karyawan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa penentuan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan logo dan *tagline* kepada karyawan tidak terlepas dari konsep strategi komunikasi. Kemampuan tim dalam merancang program dari perencanaan sampai program sosialisasi menjadi hal yang utama dipertimbangkan. Penyusunan strategi komunikasi *employee relations* melalui sebuah alur dari rapat dengan BOD yang berisi mengenai susunan tim dalam mensosialisasikan logo dan *tagline* baru hingga perancangan strategi komunikasi yang akan digunakan. Sesudah strategi komunikasi *employee relations* dirancang, hal yang harus dipertimbangkan adalah tahapan strategi komunikasi *employee relations* agar strategi komunikasi yang sudah dirancang tersebut dapat sesuai tujuan yang ingin dicapai. Pada dasarnya tahapan disusun berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada karyawan. Dari hasil kuesioner tersebut baru dapat ditentukan dan disesuaikan dengan target audience yang akan dituju.

Program sosialisasi juga menjadi salah satu yang penting karena dalam program ini terkandung makna dari program sosialisasi tersebut diadakan. Program sosialisasi yang mendukung strategi komunikasi *employee relations* antara lain *grand launching* logo dan *tagline* pada saat HUT PT Lintasarta ke-23, *brand socialization* berupa training kepada level *manager* hingga *assistant manager*, pembuatan *manual book*, dan supervise implementasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Logo, Kualitatif.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstraksi	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar/Bagan	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	4
C.Tujuan Penelitian.....	4
D.Manfaat Penelitian.....	5

E.Kerangka Teori	5
F.Kerangka Konsep.....	34
G.Metodologi penelitian	41
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Metode Penelitian.....	41
3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
4. Teknik Analisis Data.....	44
5. Lokasi Penelitian.....	45
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	46
A. Sejarah PT Lintasarta.....	46
B. Visi PT Lintasarta.....	48
C. Misi PT Lintasarta	48
D. Nilai-nilai PT Lintasarta.....	48
E. Lokasi Perusahaan	48
F. Struktur Organisasi	50
G. Perubahan Logo dan <i>Tagline</i>	52
1. Logo dan <i>tagline</i> lama PT Lintasarta.....	52

2. Logo dan <i>tagline</i> baru PT Lintasarta.....	53
3. Filosofi perubahan logo dan <i>tagline</i> PT Lintasarta	54
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	56
A. Hasil Temuan Data.....	56
1. Konsep strategi komunikasi PT Lintasarta	57
2. Perancangan strategi komunikasi.....	58
3. <i>Employee relations</i> sebagai strategi komunikasi.....	61
B. Analisis Data	90
1. Analisis strategi komunikasi	90
2. Analisis <i>corporate identity</i>	100
3. Analisis sosialisasi	105
BAB IV PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tahapan Strategi Komunikasi <i>Employee Relations</i> PT Lintasarta.....	63
--	----



DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 2 Logo dan <i>Tagline</i> PT Lintasarta Lama.....	52
Gambar 3 Logo dan <i>Tagline</i> PT Lintasarta Baru.....	53
Bagan 1 Alur Perancangan Tahapan Strategi Komunikasi.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian
2. Artikel LA News HUT *Launching* Logo Baru Lintasarta
3. Artikel LA News Persiapan Kegiatan “Lintasarta Sehat”
4. Jelang HUT Ke-23 Tahun Lintasarta
5. LA News “Jalan Sehat”
6. LA News Undangan Donor Darah Lintasarta *Anniversary*
7. *Wallpaper* LEIA
8. Artikel LEIA
9. Artikel Sambutan BOD
10. Artikel Training Program PRIDE
11. PPT Lintasarta’s *New Look*
12. PPT Lintasarta *Business Alignment*
13. PPT LEIA
14. Transkrip Wawancara