

ABSTRAK

Website merupakan *new media* komunikasi yang sedang marak digunakan sebagai media penyampaian informasi, bahkan kini setiap perusahaan menggunakannya sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran mulai dari media publikasi hingga alat dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini meneliti tentang efektivitas konten website sebagai media publikasi. Dalam kesempatan ini penulis memilih website PT. Dirgantara Indonesia (Persero) sebagai industri kedirgantaraan yang pertama dan satu-satunya di Asia Tenggara menjadi obyek penelitian. Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas konten website PT. Dirgantara Indonesia (Persero) sebagai media publikasi perusahaan. Berdasarkan 3 pilar konten website yaitu *content*, *format* dan *usability*, dan *design* website yang dioperasionalisasikan menjadi instrumen-instrumen akan diperoleh data responden. Data ini diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis *Rank Order Mean* sehingga dapat diketahui tingkat efektivitas masing-masing variabel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten website PT. Dirgantara Indonesia (Persero) efektif sebagai media publikasi perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil rata-rata skor variabel *content* sebesar 74,5% yang ber kriteria efektif, variabel *format* dan *usability* sebesar 79,5% ber kriteria efektif dan variabel *design* sebesar 85,25% yang memiliki kriteria sangat efektif.

Kata Kunci: *new media*, website, *content*, *format* dan *usability*, *design*

ABSTRACT

Website is new media communications spreading informations as company's gateway for publication and purchase decision making tools nowadays. Relating this case, this research explains about the effectiveness of Indonesian Aerospace web content as company's publication media. The author chose Indonesian Aerospace because of the achievement being the pioneer and the only one Aerospace Industry in Southeast Asia. Using descriptive quantitative method, the purpose of this research is to notice the effectiveness of Indonesian Aerospace web content as company's publication media. According 3 pillars of website content are content, format and usability, and design which were constructed being several intrumens to get datas. These datas were analyzed using Rank Order Mean Technique to provide effectiveness criteria of each variable.

The result of this research show that Indonesian Aerospace web content is effective as company's publication media. It is proved by average score of each variable show that content variable has 74,5% with effective criteria, format and usability variable has 79,5% with effective criteria, and design variable has 85,25% with very effective criteria.

Keywords: new media, website, content, format and usability, design