

**PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI *IMAGE*  
PT. NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF  
MUHAMMAD “KANTOR NUTRIFOOD”**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :  
Amos Octa Ciptasetya  
NRP. 1423014009

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

# **SKRIPSI**

## **PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI *IMAGE* PT. NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF MUHAMMAD “KANTOR NUTRIFOOD”**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh :

Amos Octa Ciptasetya

NRP. 1423014009

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Amos Octa Ciptasetya

NRP : 1423014009

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI IMAGE  
PT.NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF  
MUHAMMAD "KANTOR NUTRIFOOD"**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 23 Januari 2018

Penulis



Amos Octa Ciptasetya

NRP.1423014009

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI *IMAGE*  
PT.NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF  
MUHAMMAD "KANTOR NUTRIFOOD"**

**OLEH:**

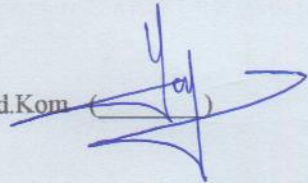
**Amos Octa Ciptasetya**

**NRP:1423014009**

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Finsensius Yuli P, S.Sos., M.Med.Kom

NIK. 142090633



Pembimbing II : Anastasia Yuni W, S.Sos., M.Med.Kom

NIK. 142090634



Surabaya, 8 Januari 2017

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Amos Octa Ciptasetya

NRP : 1423014009

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI *IMAGE* PT. NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF MUHAMMAD "KANTOR NUTRIFOOD"**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Januari 2018

Yang Menyatakan,



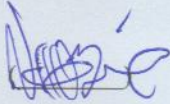


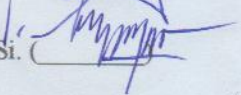
Amos Octa Ciptasetya

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Proposal Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada: 22 Januari 2018

Mengsahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Dekan,  
  
Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si  
NIK. 142.09.0647

### Dewan Penguji:

1. Ketua : Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A.   
NIK. 142.11.0708
2. Sekretaris : Anastasia Yuni W, S.Sos., M.Med.Kom.   
NIK. 142.09.0634
3. Anggota : Finsensius Yuli P, S.Sos., M.Med.Kom.   
NIK. 142.09.0633
4. Anggota : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, M.Si.   
NIK. 142.LB.0882

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi dengan judul “Penerimaan Mahasiswa Mengenai *Image* PT. Nutrifood Indonesia dalam Vlog Arief Muhammad “Kantor Nutrifood”” ini secara khusus penulis persembahkan untuk Tuhan Yesus, mama yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral maupun materil, papa di surga yang selalu mempunyai mimpi besar untuk penulis, para dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu dan bantuan, serta sahabat penulis yang tidak pernah lelah mendukung, mendoakan, memotivasi, dan memberikan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah penulis.

“Ia berkata kepadaku: “Sungai ini mengalir menuju wilayah timur, dan menurun ke Araba-Yordan, dan bermuara di Laut Asin, air yang mengandung banyak garam dan air itu menjadi tawar, sehingga ke mana saja sungai itu mengalir, segala makhluk hidup yang berkeriapan di sana akan hidup. Ikan-ikan akan menjadi sangat banyak, sebab ke mana saja air itu sampai, air laut di situ menjadi tawar dan ke mana saja sungai itu mengalir, semuanya di sana hidup.”

- Yehezkiel 47:8-9

Surabaya, 8 Januari 2018

Amos Octa Ciptasetya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan berkat, tuntunan, penyertaan-Nya yang nyata kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerimaan Mahasiswa Mengenai *Image* PT. Nutrifood Indonesia dalam Vlog Arief Muhammad “Kantor Nutrifood””. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan, skripsi ini berisikan laporan penelitian mengenai pemaknaan isi media oleh audiens (mahasiswa) mengenai *image* PT. Nutrifood Indonesia dalam vlog milik Arief Muhammad “Kantor Nutrifood”. Dengan memanfaatkan media terbaru, praktisi *Public Relations* suatu perusahaan dapat mengirimkan pesan yang ingin disampaikan perusahaan terhadap publiknya, termasuk untuk membangun *image* yang dikehendaki oleh perusahaan tersebut.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari bantuan oleh banyak pihak yang memberikan dukungan secara moral maupun material sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Orang tua penulis, Mama dan Papa. Terima kasih untuk setiap dukungan, pengertian, doa, dan mimpi besar yang dimiliki atas



penulis sehingga penulis mampu termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

2. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan pengertian kepada penulis.
3. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom dan Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing. Terima kasih untuk setiap masukan, ilmu, dan rasa percaya yang diberikan kepada penulis.
4. Seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bantuan untuk mengurus surat keperluan administrasi selama penulis mengerjakan skripsi.
5. Sahabat penulis. Terima kasih untuk setiap doa, dukungan, motivasi, rasa percaya yang sangat besar, dan banyak waktu yang telah diluangkan untuk mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih telah menjadi penolong dan penopang dalam kesukaan maupun kesukaran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tuhan Yesus memberkati dan mengasihimu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan. Oleh sebab itu, penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila ada kata-kata yang kurang tepat atau kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penulis selanjutnya. Tuhan Yesus memberkati.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Surat Pernyataan Originalitas .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah .....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar .....	xiii
Abstrak .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8

1.4 Batasan Masalah .....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS.....	10
II.1 Kajian Teoritis .....	10
II.1.1 <i>Public Relations 2.0 (PR 2.0)</i> .....	10
II.1.2 Publisitas.....	12
II.1.3 Vlog .....	13
II.1.4 Citra .....	15
II.1.5 Citra Korporat/Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	18
II.1.6 <i>Reception Analysis</i> .....	20
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	24
II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	26
III. METODE PENELITIAN .....	28
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28
III.2 Metode Penelitian .....	28
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
III.4 Unit Analisis .....	30

III.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
III.6 Teknik Analisis Data .....	33
III.7 Teknik Triangulasi Data .....	34
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	36
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	38
IV.1.1 Gambaran Vlog Arief Muhammad “Kantor Nutrifood” .....	39
IV.1.2 Profil Informan .....	42
IV.1.2.1 Informan 1: Amanda .....	42
IV.1.2.2 Informan 2: Ditha .....	43
IV.1.2.3 Informan 3: Nova .....	45
IV.1.2.4 Informan 4: Danny .....	46
IV.1.2.5 Informan 5: Abi .....	47
IV.1.2.6 Informan 6: Bobby .....	49
IV.1.3 <i>Setting</i> Penelitian .....	51
IV.1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	52
IV.2 Hasil Temuan Data dan Pembahasan .....	52
IV.2.1 PT. Nutrifood Indonesia Adalah Perusahaan Berkualitas	

Baik Karena Menerapkan Standar Internasional Dalam Melakukan Kegiatan Bisnisnya .....	53
IV.2.2 PT. Nutrifood Indonesia Adalah Perusahaan yang Memiliki <i>Green Initiative</i> & Mendukung Gerakan <i>Sustainable Development Goals</i> .....	60
IV.2.3 PT Nutrifood Indonesia Adalah Perusahaan yang Memiliki Lingkungan Kerja yang Nyaman dan Perusahaan yang Peduli dengan Kesehatan Karyawannya .....	74
IV.2.4 PT. Nutrifood Indonesia Adalah Perusahaan yang Mengikuti Perkembangan Jaman .....	81
V. PENUTUP .....	88
V.1 Kesimpulan .....	88
V.2 Saran .....	89
V.2.1 Saran Akademis .....	89
V.2.2 Saran Praktis .....	90
Daftar Pustaka.....	91
Lampiran.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1: Vlog Arief Muhammad “ <i>Office Tour</i> PT. Nutrifood Indonesia: Kantor Nutrifood” .....	2
Gambar II.1.5.1: Kaitan Identitas Korporat dengan Citra Korporat .....	20
Gambar IV.1.1.1: Kantor Nutrifood Adalah “Rumah Kedua” bagi Karyawan.....	39
Gambar IV.1.1.2: Nutrifood Memiliki <i>Green Initiative</i> dan Peduli Dengan Kesehatan Karyawan .....	40
Gambar IV.1.1.3: Nutrifood Mendukung Gerakan <i>Sustainable Development</i> <i>Goals</i> .....	41
Gambar IV.1.1.4: Nutrifood Menerapkan Standar Internasional dan Memiliki Pabrik Ramah Lingkungan .....	42

## ABSTRAK

Amos Octa Ciptasetya NRP.1423014009. PENERIMAAN MAHASISWA MENGENAI *IMAGE* PT.NUTRIFOOD INDONESIA DALAM VLOG ARIEF MUHAMMAD “KANTOR NUTRIFOOD”.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk penerimaan mahasiswa mengenai *image* PT. Nutrifood Indonesia dalam vlog Arief Muhammad yang berjudul “Kantor Nutrifood”. PT. Nutrifood Indonesia menjadi perusahaan yang mampu melihat peluang dari fenomena berkembangnya tren penggunaan media baru saat ini. Hal ini terealisasi dalam pemanfaatan media sosial *YouTube* sebagai bentuk kegiatan publisitas *company profile* PT. Nutrifood Indonesia yang diluncurkan pada 2 Februari 2017 lalu bekerjasama dengan *vlogger* Arief Muhammad. Vlog yang memuat *company profile* PT. Nutrifood Indonesia ini berjudul “Kantor Nutrifood”. Melakukan kegiatan publisitas menjadi salah satu ruang lingkup pekerjaan *Public Relations* untuk menciptakan citra positif perusahaan di mata publik. Citra (*image*) adalah suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya (Oliver, 2001:50). Menjadi pertimbangan penting bagi sebuah perusahaan untuk mengetahui bagaimana *image* mereka yang berlaku di mata masyarakat atau bahkan target sasaran dari kegiatan *Public Relations* yang mereka lakukan. Target sasaran dari kegiatan publisitas yang dilakukan oleh PT. Nutrifood Indonesia adalah mahasiswa. Peneliti menggunakan metode *Reception Analysis* untuk mengetahui bentuk penerimaan mahasiswa. Dalam *Reception Analysis* bentuk penerimaan pesan oleh audiens akan dibagi dalam tiga posisi, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan bentuk penerimaan *dominant-hegemonic* dan *negotiated* pada mahasiswa mengenai citra (*image*) PT. Nutrifood Indonesia.

Kata Kunci: Publisitas PT. Nutrifood Indonesia, Citra (*image*), dan *Reception Analysis*.

## ***ABSTRACT***

Amos Octa Ciptasetya NRP.1423014009. *THE ACCEPTANCE OF COLLEGE STUDENTS REGARDING THE IMAGE OF PT. NUTRIFOOD INDONESIA IN ARIEF MUHAMMAD'S VLOG "KANTOR NUTRIFOOD"*

The focus of this research is to know the form of acceptance of college students regarding the image of PT.Nutrifood Indonesia in Arief Muhammad's vlog, entitled "Kantor Nutrifood". PT. Nutrifood Indonesia into a company that is able to see the opportunities of the growing phenomenon of new media usage trends of the moment. This is achieved in the utilization of the YouTube social media as a form of publicity activities company profile PT.Nutrifood Indonesia launched on February 2nd, 2017 and then in collaboration with vlogger, Arief Muhammad. Vlog that contains company profile PT. Nutrifood Indonesia entitled "Kantor Nutrifood". Conducting publicity became one of the Public Relations job scope to create a positive image of the company in the public eye. Image is a picture of the mental; the ideas generated by the imagination or personality is shown to the public by a person, organization, etc. (Oliver, 2001:50). Into consideration is important for a company to know how their image in the eyes of society or even a target goal of Public Relations activities they do. The target objectives of the activities of publicity undertaken by PT. Nutrifood Indonesia is a college student. Researcher using the method of Reception Analysis to know the form of acceptance of the college students. In the Reception Analysis, the message acceptance form of the audience will be divided in three positions, i.e. dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. After doing some research, researcher get a form of acceptance of dominant-hegemonic and negotiated on students regarding the image of PT.Nutrifood Indonesia.

Key words: Publicity, PT. Nutrifood Indonesia, Image, and Reception Analysis.