

ABSTRAK

Komunikasi adalah suatu pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud dan tujuan tertentu. Perkembangan teknologi informasi mempermudah proses komunikasi untuk disampaikan kepada *stakeholder* salah satunya dengan memanfaatkan *official website* sebagai media komunikasi yang dapat dipercaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang ditampilkan Unilever Indonesia melalui *official website*. Penelitian ini menggunakan kualitatif analisis isi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi dokumentasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan yang dikomunikasikan tidak mengacu pada prinsip transparansi pada pemenuhan isi pesan kelompok profil dan tata kelola perusahaan. Bentuk penyajian informasi menunjukkan Unilever Indonesia tingkat interaktivitas yang tinggi terhadap fasilitas pemenuhan informasi, namun tingkat aksesibilitas dinilai masih kurang optimal.

Kata kunci : Website, Media Komunikasi, Analisis Isi.