



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**CITRA SINAR MAS LAND DALAM PEMBERITAAN SITUS
BERITA DETIK.COM DAN KOMPAS.COM**

**(Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Sinar Mas Land Pada Detik.com dan
Kompas.com Periode Januari – Desember 2014)**

SKRIPSI



**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

THOMAS HIMAWAN SURYANATA

11140110125

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Mei 2015

Thomas Himawan Suryanata

UMN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

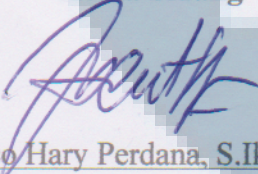
“Citra Sinar Mas Land Dalam Pemberitaan Situs Berita Detik.com dan
Kompas.com”

Oleh

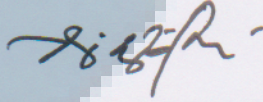
Thomas Himawan Suryanata

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 22 April 2015
pukul 11.00-12.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

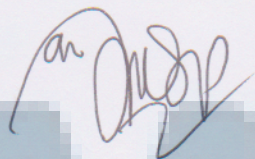
Ketua Sidang


Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

Penguji Ahli

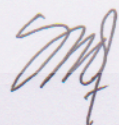

Dian Anggraeni, S.S., M.Si.

Dosen Pembimbing


Dr. Novita Damayanti, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Citra Sinar Mas Land Dalam Pemberitaan Situs Berita Detik.com dan Kompas.com” dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Selama melaksanakan penelitian dan mengerjakan skripsi ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang selalu mendukung, membantu, menyemangati serta mendoakan demi kelancaran dan penyelesaian skripsi. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Novita Damayanti, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi ini yang sangat banyak membantu penulis dengan memberikan arahan, masukan, saran, meluangkan waktunya untuk membaca, dan mengoreksi skripsi ini.
2. Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih, M.Si., selaku ketua program studi ilmu komunikasi yang telah memberikan arahan dan membimbing para mahasiswa ilmu komunikasi.
4. Orang tua, terima kasih untuk segala doa yang selalu dipanjatkan kepada Tuhan. Terima kasih pula untuk dukungan baik dari segi moral maupun materi selama perjalanan menempuh studi.
5. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan menyemangati selama pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk setiap masukan, saran, motivasinya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan, baik dari segi penulisan maupun data-data yang belum cukup mendukung. Sekiranya berbagai kritik dan masukan dapat menyempurnakan skripsi ini.

Tangerang, 5 Mei 2015

Thomas Himawan Suryanata

UMN

CITRA SINAR MAS LAND DALAM PEMBERITAAN SITUS BERITA DETIK.COM DAN KOMPAS.COM

ABSTRAK

Oleh : Thomas Himawan Suryanata

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh media massa yang dapat menggambarkan sebuah perusahaan melalui pemberitaannya sekaligus mempengaruhi citra sebuah perusahaan yang berawal dari opini publik dan nantinya berdampak pada pemangku kepentingan lainnya. Mempunyai cakupan yang luas menjadikan media massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi citra suatu perusahaan. Perkembangan teknologi yang cepat melahirkan media massa *online* yang lebih cepat, luas, dan bisa diakses kapan pun. *Public Relations* dalam praktiknya juga melakukan *media monitoring*. *Media monitoring* perlu dilakukan untuk melihat bagaimana pemberitaan mencitrakan perusahaan. Hasil *media monitoring* juga bisa dijadikan acuan untuk program *public relations* berikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra Sinar Mas Land dalam pemberitaan situs berita Detik.com dan Kompas.com periode 1 Januari – 31 Desember 2014.

Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: *Agenda-setting*, Media Massa, Media *Online*, Jurnalistik *Online*, Berita, Portal Berita, *Public Relations*, Citra, *Media Relations*, *Media Monitoring*, Analisis Berita.

Paradigma yang digunakan adalah positivistik, dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif, teknik pengumpulan data adalah studi dokumen, teknis analisis data dengan menggunakan analisis univariat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Sinar Mas Land dalam pemberitaan situs berita Detik.com dan Kompas.com periode 1 Januari – 31 Desember 2014 adalah positif. Kompas.com memberitakan Sinar Mas Land lebih banyak dan arah opini positif lebih banyak daripada Detik.com.

Kata kunci : Media monitoring, Public Relations, Citra, Analisis Isi Kuantitatif

UMN

IMAGE OF SINAR MAS LAND IN THE NEWS SITES DETIK.COM AND KOMPAS.COM

ABSTRACT

By : Thomas Himawan Suryanata

This research is motivated by the mass media to describe a company through news well as affect the image of a company that originated from public opinion and will have an impact on other stakeholders. Have a broad scope makes the mass media have the power to affect the image of a company. Rapid technological developments spawned mass media online more quickly, widely, and can be accessed at any time. Public Relations in practice also conduct media monitoring. Media monitoring needs to be done to see how the news imaging companies. Results of media monitoring can also be used as a reference for subsequent public relations program. This study aims to determine the image of the Sinar Mas Land in spreading the news website Detik.com and Kompas.com the period January 1st to December 31st, 2014.

Theories and concepts used in this study include: Agenda-setting, the Mass Media, Online Media, Online Journalism, News, Portal News, Public Relations, Image, Media Relations, Media Monitoring, News Analysis.

The paradigm used is positivistic, with the type of descriptive quantitative research. This study uses a quantitative content analysis, data collection techniques are study documents, technical data analysis using univariate analysis. The results showed that the image of the Sinar Mas Land in spreading the news website Detik.com and Kompas.com the period 1 January to 31 December 2014 is to be positive. Kompas.com proclaim Sinar Mas Land more and more towards a positive opinion than Detik.com.

Keywords: Image, Sinar Mas Land, Public Relations, Quantitative Content Analysis

UMN

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Signifikansi Akademis.....	7
1.4.2. Signifikansi Praktis.....	8
1.5. Batasan Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kerangka Konseptual	12
2.2.1. Agenda Setting	12
2.2.2. Media Massa.....	14

2.2.2.1. Media Online	14
2.2.2.1.1. Jurnalisme Online	22
2.2.3. Berita	23
2.2.3.1. Portal Berita	26
2.2.4. Public Relations	27
2.2.4.1. Tujuan Public Relations	27
2.2.4.2. Tugas Public Relations	28
2.2.5. Media Relations	30
2.2.5.1. Media Monitoring	31
2.2.6. Analisis Berita	32
2.2.7. Citra	34
2.2.7.1. Citra Perusahaan	37
2.2.7.2. Manfaat Citra Perusahaan	38
2.3. Kerangka Pemikiran	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	40
3.2. Metodologi Penelitian	41
3.3. Populasi dan Sampel	42
3.4. Unit Analisis	48
3.5. Kategorisasi	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	56
3.6.1. Data Primer	56
3.6.2. Data Sekunder	57

3.7. Uji Reliabilitas.....	57
3.8. Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Media Detik.com dan Kompas.com	64
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Detik.com.....	64
4.1.1.1. Profil Audience Detik.com	67
4.1.1.2. Visi dan Misi Sinar Mas Land	67
4.1.1.3. Logo Detik.com	68
4.1.1.4. Struktur Perusahaan Detik.com	68
4.1.2. Sejarah dan Perkembangan Kompas.com	69
4.1.2.1. Profil Audience Kompas.com.....	71
4.1.2.2. Visi dan Misi Kompas.com	72
4.1.2.3. Logo Kompas.com.....	72
4.1.2.4. Struktur Perusahaan Kompas.com.....	73
4.2. Hasil Penelitian.....	74
4.2.1. Unit Analisis Penampilan Fisik Berita	74
4.2.1.1. Format Berita	74
4.2.1.2. Letak Berita.....	76
4.2.1.3. Panjang Berita.....	78
4.2.2. Isi Berita	79
4.2.2.1. Fokus Berita.....	79
4.2.2.2. Kelengkapan Isi Berita.....	81
4.2.2.3 Sifat Berita	82

4.2.2.4. Gabungan Dengan Berita Lain	84
4.2.2.5. Narasumber Utama	86
4.2.3. Arah Opini.....	88
4.2.3.1. Tone Pemberitaan	88
4.3. Pembahasan.....	89
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	94
5.2. Saran	95
5.2.1. Saran Akademis.....	96
5.2.2. Saran Praktis.....	96
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Matriks Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1. Tabel Daftar Sampel Pemberitaan Sinar Mas Land pada Detik.com	44
Tabel 3.2. Tabel Daftar Sampel Pemberitaan Sinar Mas Land pada Kompas.com ...	45
Tabel 3.3. Tabel Unit Analisis dan Kategorisasi.....	56
Tabel 3.4. Tabel Uji Reliabilitas Detik.com Kategori Fisik Berita.....	59
Tabel 3.5. Tabel Uji Reliabilitas Detik.com Kategori Isi Berita.....	60
Tabel 3.6. Tabel Uji Reliabilitas Detik.com Arah Opini	60
Tabel 3.7. Tabel Uji Reliabilitas Kompas.com Kategori Fisik Berita	60
Tabel 3.8. Tabel Uji Reliabilitas Kompas.com Kategori Isi Berita	61
Tabel 3.9. Tabel Uji Reliabilitas Kompas.com Kategori Arah Opini.....	61

UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1. Logo Detik.com.....	68
Gambar 4.2. Logo Kompas.com	72
Gambar 4.4. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Format Berita Detik.com.....	74
Gambar 4.5. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Format Berita Kompas.com	75
Gambar 4.6. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Letak Berita Detik.com	76
Gambar 4.7. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Letak Berita Kompas.com.....	77
Gambar 4.8. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Panjang Berita Detik.com	78
Gambar 4.9. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Panjang Berita Kompas.com	79
Gambar 4.10. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Fokus Berita Detik.com.....	80
Gambar 4.11. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Fokus Berita Kompas.com	81
Gambar 4.12. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Kelengkapan Isi Berita Detik.com	82
Gambar 4.13. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Kelengkapan Isi Berita Kompas.com.....	82
Gambar 4.14. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Sifat Berita Detik.com.....	83
Gambar 4.14. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Sifat Berita Kompas.com	84
Gambar 4.15. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Gabungan Dengan Berita Lain Detik.com	84
Gambar 4.16. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Gabungan Dengan Berita Lain Kompas.com.....	85
Gambar 4.17. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Narasumber Utama Detik.com..	87

Gambar 4.18. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Narasumber Utama Kompas.com.....	87
Gambar 4.19. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Arah Opini Detik.com	88
Gambar 4.19. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Arah Opini Kompas.com	89

