

Analisis citra perusahaan melalui pemberitaan media massa : studi analisis isi atas pemberitaan PT Mazda Motor Indonesia di surat kabar harian Bisnis Indonesia periode Januari-Juni tahun 2012 = Company image analysis through mass media coverage content : analysis study on the coverage of PT. Mazda Motor Indonesia in Bisnis Indonesia daily newspaper in the period of January-June 2012 / Pasaribu, Tito

Pasaribu, Tito, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329965&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Setiap perusahaan dalam bidang usaha apapun senantiasa berusaha untuk mempertahankan keberlangsungan operasi usahanya guna meraih keuntungan bisnis. Hal ini sangat bergantung pada penerimaan, pemahaman, dan dukungan dari publik-publik yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pandangan berbagai publik tentang perusahaan inilah yang dipahami sebagai citra yang berlaku tentang perusahaan. Hal ini berlaku pula pada PT Mazda Motor Indonesia (MMI), sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri otomotif.

Lalu sebenarnya, bagaimana citra MMI berdasarkan pemberitaan di media cetak pada paruh pertama tahun 2012? Berdasarkan permasalahan dan rumusan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang citra MMI berdasarkan pemberitaan media cetak pada periode Januari-June 2012.

Penelitian ini melandaskan metodologinya pada paradigma positivis dengan pendekatan yang kuantitatif yang bersifat deskriptif, dan teknik analisis data jenis univariat. Selain itu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi, sehingga teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi berupa klipring berita MMI di Bisnis Indonesia yang dikumpulkan selama periode Januari-June 2012. Adapun populasi dari penelitian ini adalah semua berita selama periode Januari-Juni 2012, yang kemudian ditarik sampel penelitian dengan menggunakan teknik penarikan khusus metode analisis isi yakni multi-stage sampling menjadi semua berita tentang MMI pada setiap edisi surat kabar harian Bisnis Indonesia selama tahun 2012.

ABSTRACT

Every company in every line of business always tries to maintain the continuity of its operation in order to gain profitable business. This thing depends mostly on the acceptance, the comprehension, and the supportive action from the public related to the company. The public views of the company are believed to reflect the image of the company. This is also applied to PT Mazda Motor Indonesia, as a company in the automotive industry.

So how is the image of MMI actually based on the mass media coverage in the period of January-June 2012? Based on the matters formulating the question for the research, the purpose of this research is to obtain some views on MMI image through the period of January-June 2012 based on the mass media

coverage.

The methodology of this research is based on the positive paradigm with quantitative approach on descriptiveness and univariate data analysis technique. The data collecting method used in this research is the content analysis method so the technique used for collecting the data is a documentation study on the news clippings of MMI in Bisnis Indonesia during the period of January-June 2012. The population of this research consists of all the news from the month of January through June 2012, from where the samples are taken using a specific sampling technique of content analysis method which is the multi-stage sampling of all the news about MMI in every edition of Bisnis Indonesia daily newspaper through the period of January-June 2012.