

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Shinta Saraswati
44209110017

Pencitraan International Finance Corporation Melalui Pemberitaan
Di Surat Kabar Bisnis Indonesia Dan Kompas Periodisasi Juli 2012-Juni 2013
Jumlah halaman : xii + 64 halaman + 38 lampiran
Bibliografi : 22 acuan, Tahun 2001 – 2014

ABSTRAK

Kebutuhan akan seorang *public relations* saat ini semakin disadari oleh banyak perusahaan di Indonesia. Kegiatan International Finance Corporation dalam membantu *private sector* di akses pembiayaan, kerap kali dipandang negatif oleh khalayak khususnya di Indonesia, dimana International Finance Corporation dianggap sebagai perusahaan asing yang ingin menguasai aset-aset Indonesia yang sebetulnya sangat bertolak belakang dari kenyataan yang sesungguhnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana citra yang terbentuk melalui pemberitaan tentang International Finance di surat kabar Kompas dan Bisnis Indonesia dengan menggunakan landasan teori publisitas yang ada dalam buku *Yosal Iriantara* yaitu *Media Relations*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan menganalisa pemberitaan di surat kabar Bisnis Indonesia dan Kompas terkait citra dari International Finance Corporation.

Hasil penelitian ini membahas mengenai citra positif yang didapatkan oleh International Finance Corporation melalui pemberitaan tentang aktivitas perusahaan yang terdiri dari tema investasi, kerjasama, birokrasi, dan bangunan hijau. Sehingga terlihat dengan jelas citra positif yang didapatkan dari pemberitaan yang mengutip atau menyebutkan peranan International Finance Corporation di surat kabar Bisnis Indonesia dan Kompas.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa International Finance Corporation memiliki citra yang sangat baik di publik dari kegiatan pembiayaan atau aktivitasnya di Indonesia. Citra positif yang dimiliki oleh International Finance Corporation menunjukkan bahwa hubungan antara lembaga keuangan asing sebagai anak usaha dari Bank Dunia dengan pihak media, memiliki hubungan baik yang terpelihara sebagai bagian dari manajemen reputasi yang dijalankan. Disamping itu, metode atau strategi publisitas sebagai bagian dari kegiatan pencitraan yang dilakukan oleh International Finance Corporation bisa dibilang sebagai metode atau strategi yang sukses dalam menjaga citra positif International Finance Corporation tetap di level yang stabil.

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Shinta Saraswati
Student ID : 44209110017
Faculty : Ilmu Komunikasi
Study Program : Public Relations
Title : *International Finance Corporation Image Through News Publicity in Bisnis Indonesia and Kompas Newspaper*
Biography : 64 pages; 4 E-Journal; 18 Books (2001-2014)

ABSTRACT

The need for a public relations is now increasingly recognized by many companies in Indonesia. Activities of the International Finance Corporation to assist the private sector in access to financing, often viewed negatively by the public, especially in Indonesia, where the International Finance Corporation regarded as foreign companies who want to take over the Indonesian assets are actually very opposite from the reality.

This study was conducted to determine the extent to which the image formed through the proclamation of International Finance in the newspaper Kompas and Bisnis Indonesia by using the theoretical basis of publicity in the book Yosai Iriantara titled Media Relations. This study uses a quantitative approach to the descriptive type. The method used is content analysis to analyze the news in the newspaper Bisnis Indonesia and Kompas related to the image of the International Finance Corporation.

The results of this study discusses the positive image obtained by the International Finance Corporation through reporting on the activities of the company based on investment, cooperation, bureaucracy, and green building news themes. The study shows that International Finance Corporation does have positive image obtained from the news that mention the role of the International Finance Corporation in the newspaper, which is Bisnis Indonesia and Kompas.

This study concluded that the International Finance Corporation has a very good image in the public financing of the activity or activities in Indonesia. Positive image is owned by the International Finance Corporation shows that between the foreign financial institution as a subsidiary of the World Bank with the media, have a good relationship maintained as part of reputation management is executed. In addition, methods or strategies publicity as part of the imaging activities undertaken by the International Finance Corporation can be regarded as a method or strategy that is successful in maintaining a positive image of the International Finance Corporation remained at a solid level.