



Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter

(Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup dan
@Express_Group periode Juli . Agustus 2011)

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Oleh

Nama : Fachmi Ibrahim

NIM : 55209110055

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2012**



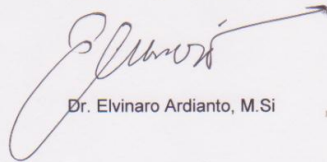
**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Fachmi Ibrahim
2. NIM : 55209110055
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter (Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup Dan @Express_Group Periode Juli - Agustus 2011)

Jakarta, 4 Januari 2012

Pembimbing Utama



Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si

Pembimbing II



Afdal Makuraga, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter (Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup Dan @Express_Group Periode Juli - Agustus 2011)
2. Nama : Fachmi Ibrahim
3. NIM : 55209110055
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 14 Januari 2012

Jakarta, 14 Januari 2012

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
3. Pembimbing I
Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si
4. Pembimbing II
Afdal Makuraga, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter (Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup Dan @Express_Group Periode Juli – Agustus 2011)
2. Nama : Fachmi Ibrahim
3. NIM : 55209110055
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 14 Januari 2012

Jakarta, 2012

Mengetahui,

1. Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
3. Pembimbing I
Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si
4. Pembimbing II
Afdal Makuraga, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS


1. Judul : Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter (Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup Dan @Express_Group Periode Juli – Agustus 2011)
2. Nama : Fachmi Ibrahim
3. NIM : 55209110055
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 14 Januari 2012

Jakarta, 2012

Disetujui dan diterima oleh,
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini


Mengetahui,
Ketua Sidang Program Studi Magister Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing I


Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si

Pembimbing II


Afdal Makuraga, M.Si

v

PERNYATAAN

Judul : Kecenderungan Reputasi Perusahaan Melalui Media Sosial Online Twitter (Analisis Isi Kuantitatif Twitter @Bluebirdgroup dan @Express_Group Periode Juli - Agustus 2011)
Nama : Fachmi Ibrahim
NIM : 55209110055
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Tanggal : 14 Januari 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 Januari 2012



Fachmi Ibrahim

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis bersyukur kepada Tuhan Yang maha Esa atas segala karunia dan kesempatan untuk menimba ilmu pada Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari tanpa bimbingan banyak pihak, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Pada kesempatan ini akan disampaikan rasa terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. DR. Farid Hamid, M.Si, Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Heri Budianto, S.Sos, M.Si, Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. DR. Elvinaro Ardianto, M.Si, selaku pembimbing utama tesis yang telah memberikan saran, arahan, dan kritikan di tengah kesibukannya baik melalui telpon, SMS, dan email serta tatap muka.
4. Afdal Makuraga, M.Si. selaku pembimbing II tesis atas kesabaran, kesetiaan, dan motivasi tiada henti membimbing penulis sejak awal hingga akhir yang selalu menyempatkan diri untuk konsultasi tatap muka ditengah kesibukannya.
5. Segenap staf pengajar Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Segenap staf sekretariat Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Diantaranya Pak Warsa yang telah banyak membantu dalam hal ke-administrasian.
7. Isteri tercinta Intan ML Vierke dan anak-anakku tersayang Syaviera, Syiffa, dan Syafran atas kesabaran dan dorongan semangatnya.
8. Papah dan mamah tercinta atas doa yang tiada henti dan kakak-kakakku Fitri dan Finny.
9. Terimakasih kepada teman-teman seangkatan Magister Ilmu Komunikasi angkatan VII atas persahabatan selama ini.
10. Terimakasih kepada koder penelitian, DR. Rini Sudarmanti dan Hafizah Larashati atas waktu dan ketelitiannya.
11. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis karya ilmiah ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya.

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL PENELITIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS ..	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG ...	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS ...	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
SURAT PERNYATAAN ..	vi
ABSTRACT ...	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI ...	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN ..	xiv
BAB I PENDAHULUAN ..	1
1.1 Latar Belakang Penelitian ..	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN ..	12
2.1 Kajian Pustaka ..	12
2.2 Kerangka Pemikiran ..	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..	26
3.1 Objek Penelitian ..	26
3.2 Paradigma Penelitian ..	27
3.3 Metode Penelitian ..	27
3.4 Populasi dan Sampel ..	28
3.4.1 Populasi ..	28
3.4.2 Satuan Analisis ..	29
3.4.3 Sampel ..	30
3.4.4 Teknik Penarikan Sampel ..	31
3.5 Kategorisasi dan Definisi Kategori ..	33
3.5.1 Kategorisasi ..	33
3.5.2 Definisi Kategori ..	34
3.6 Reliabilitas Koding ..	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data ..	49
3.8 Teknik Analisis Data ..	49
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian ..	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..	52
4.2 Hasil Penelitian ..	53

4.2.1	Hasil Penelitian Secara Keseluruhan	54
4.2.2	Hasil Analisis Kejujuran Pengemudi	56
4.2.3	Hasil Percaya kepada Pengemudi	57
4.2.4	Hasil Analisis Kelengkapan Fasilitas yang Dimiliki	59
4.2.5	Hasil Analisis Pengetahuan Pengemudi terhadap Area yang Diminta Penumpang	60
4.2.6	Hasil Analisis Memberi Pelayanan Sesuai Standar Perusahaan	62
4.2.7	Hasil Analisis Kecepatan Taksi Datang Saat Pemesanan	64
4.2.8	Hasil Analisis Kecepatan dalam Menangani Konsumen...	65
4.2.9	Hasil Etika Pengemudi	67
4.2.10	Hasil Analisis Mengemudi Secara Nyaman Sesuai Aturan Lalu Lintas	68
4.2.11	Hasil Analisis Mengembalikan Barang Yang Tertinggal	70
4.2.12	Hasil Analisis Setia Menggunakan Operator Taksi yang Sama	71
4.2.13	Menggunakan Voucher Taksi Berlangganan	73
4.2.14	Hal Lainnya	74
4.3	Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		87
RIWAYAT HIDUP		135

DAFTAR TABEL

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
Tabel Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
Tabel 3.2a Skala Penilaian	38
Tabel 3.2b Kesetujuan dan Ketidaksetujuan Antar Pasangan Koder	41
Tabel 3.3 Persetujuan yang Diamati atas Tweet Taksi Blue Bird Group	44
Tabel 3.4 Persetujuan yang Diharapkan atas Taksi Blue Bird Group	45
Tabel 3.5 Persetujuan yang Diamati atas Tweet Taksi Express Group	46
Tabel 3.6 Persetujuan yang Diharapkan atas Tweet Taksi Express Group	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
Tabel 4.1 Kejujuran Pengemudi Taksi	57
Tabel 4.2 Percaya kepada Pengemudi Taksi	58
Tabel 4.3 Kelengkapan Fasilitas Taksi	59
Tabel 4.4 Pengetahuan Pengemudi Taksi terhadap Area yang Diminta Penumpang	61
Tabel 4.5 Memberi Pelayanan Sesuai Standar Perusahaan Taksi	62
Tabel 4.6 Kecepatan Taksi Datang Saat Pemesanan	64
Tabel 4.7 Kecepatan Perusahaan Taksi dalam Menangani Komplain Konsumen	66
Tabel 4.8 Etika Pengemudi Taksi	67
Tabel 4.9 Mengemudi Taksi Secara Nyaman Sesuai Aturan Lalu Lintas	69
Tabel 4.10 Mengembalikan Barang yang Tertinggal dalam Taksi	70
Tabel 4.11 Setia Menggunakan Operator Taksi yang Sama	72
Tabel 4.12 Menggunakan Voucher Taksi Bluebird Group	73
Tabel 4.13 Hal Lainnya	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Pedoman Koding	88
Koding Sheet Koder I Taksi Blue Bird Group	91
Koding Sheet Koder I Taksi Express Group	99
Koding Sheet Koder II Taksi Blue Bird Group	105
Koding Sheet Koder II Taksi Express Group	113
Hasil Uji Keseluruhan Reliabilitas Reputasi Twitter @Bluebirdgroup	119
Hasil Uji Keseluruhan Reliabilitas Reputasi Twitter @Express_Group	119
Hasil Uji Reliabilitas Twitter @Bluebirdgroup Rumus Holsti	120
Hasil Uji Reliabilitas Twitter @Express_Group Rumus Holsti	127
Hasil Uji Reliabilitas Twitter @Bluebirdgroup Rumus Cohen	133
Hasil Uji Reliabilitas Twitter @Express_Group Rumus Cohen	134