

## **ABSTRACT**

*Twitter is an online social media which penetration rate in Indonesia is particularly fast. Users besides public, school students and college students are also used by companies in obtaining a positive impression. As a function of communication between the company and its publics, this study aims to see how is the inclination reputation Taxi Blue Bird Group and Taxi Express Group through online social media twitter.*

*This study used quantitative content analysis approach. Its population is tweets in the period of 1 July to 31 August 2011 using probability sampling. The number of samples are 83 tweets for Taxi Blue Bird Group and 66 tweets for Taxi Express Group.*

*Reliability test using Holsti formula and reinforced with Cohen formula. Reliability test conducted by two coder. Results of reliability for Taxi Blue Bird Group is 0.86 by using the Holsti formula and 0.84 using Cohen's formula shows that it is reliable. Similarly, the reliability test results for Taxi Express Group is 0.89 by using Holsti formula and 0.87 using Cohen's formula is considered reliable.*

*The results showed that twitter @Bluebirdgroup inclined to a bad reputation. From 12 reputation indicators, only completeness facilities factor that inclines to a positive reputation. While twitter @Express\_Group also inclines to a bad reputation, only completeness facilities factor and loyalty using the same taxi operators inclines to a positive reputation. It can be concluded that the good reputation from field research differ with the results obtained from the study online social media (internet).*

## ABSTRAK

Twitter merupakan media sosial online yang tingkat penetrasinya di Indonesia terbilang cepat. Penggunaanya selain kalangan umum, pelajar dan mahasiswa juga digunakan oleh perusahaan untuk lebih dekat dengan pelanggannya dalam memperoleh kesan yang positif. Sebagai sebuah fungsi komunikasi antara perusahaan dengan publiknya, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana kecenderungan reputasi perusahaan Taksi Blue Bird Group dan Taksi Express Group melalui media sosial online twitter.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif. Populasinya adalah isi twitter yang di-tweet pada periode 1 Juli . 31 Agustus 2011 dengan metode pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Jumlah sampel sebanyak 83 tweet untuk Taksi Blue Bird Group dan 66 tweet untuk Taksi Express Group.

Uji reliabilitas menggunakan rumus Holsti dan diperkuat dengan rumus Cohen. Tes reliabilitas dilakukan oleh dua orang koder. Hasil reliabilitas untuk Taksi Blue Bird Group sebesar 0,86 dengan menggunakan rumus Holsti dan 0,84 dengan menggunakan rumus Cohen menunjukkan bahwa perhitungan tersebut reliabel. Demikian pula hasil uji reliabilitas untuk Taksi Express Group sebesar 0,89 dengan menggunakan rumus Holsti dan 0,87 dengan menggunakan rumus Cohen dipandang reliable.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi twitter @Bluebirdgroup cenderung ke reputasi yang buruk. Dari 12 indikator reputasi, hanya faktor kelengkapan fasilitas yang dimiliki yang cenderung ke reputasi positif. Sedangkan isi twitter @Express\_Group juga mencerminkan reputasi yang buruk, hanya faktor kelengkapan fasilitas yang dimiliki dan faktor setia menggunakan operator taksi yang sama cenderung ke reputasi positif. Dapat disimpulkan bahwa reputasi baik dan positif yang didapat dari hasil penelitian lapangan berbeda dengan hasil yang didapat dari penelitian media sosial *online* (internet).