



**CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers pada Website smart-tbk.com
Periode Tahun 2022-2024)**



SKRIPSI

**UNIVERSITAS
NATASYA LAROSATI WIDYANINGSEPTRI
MERCU BUANA
44220110008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natasya Larosati Widyaningseptri

NIM : 44220110008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Tugas Akhir : CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers Pada Website
smart-tbk.com Periode Tahun 2022 – 2024)

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Februari 2025



Natasya Larosti Widyaningseptri

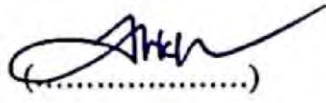
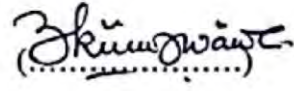
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Natasya Larosati Widyaningseptri
NIM : 44220110008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Tugas Akhir : CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers Pada Website
smart-tbk.com Periode Tahun 2022 – 2024)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.IKom. ()
NIDN : 8834360018
Ketua Penguji : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si ()
NIDN : 0306047001
Penguji Ahli : Yuni Tresnawati, M.I.Kom ()
NIDN : 0326068001

Jakarta, Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natasya Larosati Widyaningseptri
NIM : 44220110008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Tugas Akhir : CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers Pada Website
smart-tbk.com Periode Tahun 2022 – 2024)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Tugas Akhir Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Natasya Larosati Widyaningseptri

ABSTRAK

Nama : Natasya Larosati Widyaningseptri
NIM : 44220110008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Tugas Akhir : CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers Pada Website
smart-tbk.com Periode Tahun 2022 - 2024)
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

Penelitian ini menganalisis citra PT SMART Tbk dalam siaran pers yang diunggah pada website resmi perusahaan (www.smart-tbk.com) selama periode 2022-2024. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kecenderungan kemasan citra perusahaan dalam rubrik berita dan peristiwa di website tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif dengan pendekatan positivisme, yang memungkinkan pengukuran secara objektif terhadap pesan yang disampaikan dalam siaran pers. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan isi berita yang tercantum dalam siaran pers yang di unggah pada website milik PT SMART Tbk pada periode tahun 2022 hingga tahun 2024 dan terdapat 35 sampel yang diambil dari seluruh siaran pers yang diunggah pada periode tahun 2022 hingga tahun 2024 sehingga peneliti menggunakan total sampling pada penelitian. Penelitian ini menggunakan konsep metode pengukuran sebagai bentuk dari metode kuantitatif yang dituangkan berupa data statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT SMART Tbk secara konsisten membangun citra positif melalui penyampaian informasi yang transparan dan berfokus pada keberlanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan, serta inovasi dalam industri agribisnis. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang efektif melalui siaran pers, PT SMART Tbk mampu mempertahankan citra perusahaan yang positif di mata publik dan stakeholder. Penelitian ini disarankan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian citra perusahaan melalui media digital serta menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi komunikasi public relations guna memperkuat citra positifnya.

Kata Kunci: Citra perusahaan, siaran pers, analisis isi, komunikasi perusahaan, PT SMART Tbk.

ABSTRACT

Name : Natasya Larosati Widyaningseptri
NIM : 44220110008
Study Program : Ilmu Komunikasi
The Internship Report : CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS
(Analisis Isi Rubrik Berita Pers Pada Website
smart-tbk.com Peiode Tahun 2022 - 2024)
Counsellor : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

This study analyzes the image of PT SMART Tbk in press releases uploaded on the company's official website (www.smart-tbk.com) during the period 2022-2024. The purpose of this study is to determine the tendency of corporate image packaging in the news and events column on the website. The research method used is quantitative content analysis with a positivist approach, which allows objective measurement of the messages conveyed in press releases. The population in this study is the entire content of the news listed in the press releases uploaded on the website of PT SMART Tbk in the period 2022 to 2024 and there are 35 samples taken from all press releases uploaded in the period 2022 to 2024 so that the researcher uses total sampling in the study. This study uses the concept of measurement methods as a form of quantitative methods which are expressed in the form of statistical data.

The results of the study show that PT SMART Tbk consistently builds a positive image through transparent information delivery and focuses on sustainability, corporate social responsibility, and innovation in the agribusiness industry. By using an effective communication strategy through press releases, PT SMART Tbk is able to maintain a positive corporate image in the eyes of the public and stakeholders. This study is expected to provide academic contributions to the study of corporate image through digital media and become a reference for companies in optimizing public relations communication strategies to strengthen their positive image.

Keywords: Corporate image, press releases, content analysis, corporate communication, PT SMART Tbk.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kami, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Skripsi yang memiliki judul “CITRA PT SMART Tbk DALAM SIARAN PERS - Analisis Isi Rubrik Berita Pers pada Website smart-tbk.com Peiode Tahun 2022 - 2024”. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Tidak saya pungkiri bahwa butuh usaha yang keras dalam menyelesaikan pengerjaan Proposal Tugas Akhir ini. Namun penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari orang-orang disekitar saya. Maka dari itu terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada peneliti selama proses pengerjaan Proposal Tugas Akhir ini, sehingga peneliti dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridharyanti. Ph.D. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah M.I.Kom selaku Sekretaris 1 Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Ibu Novi Erlita, MA selaku Sekretaris 2 Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
7. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan dan seluruh staf yang selalu melayani segala kebutuhan administrasi selama proses penelitian ini.

8. Terima kasih kepada Kanya Ning Ganis, S.I.Kom dan Farah Azzahra, S.I.Kom yang telah membantu saya sebagai coder dari penelitian ini
9. Terima kasih kepada kedua orang tua saya Ibu Yuli Ismiatun dan Bapak Supriyadi, juga kepada adik saya Alvito Raditya Mauladi yang telah memberikan Doa serta dukungan selama saya menjadi mahasiswi hingga pada proses penyusunan penelitian ini.
10. Terima kasih kepada orang terkasih saya Yosefh Dhelande yang telah memberikan dukungan dan menemani selama saya mengerjakan ini.
11. Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya di Universitas Mercu Buana Taritza Nabila Dwi Lisna, Albert Dwi Syahputra, Muhammad Iqbal, dan Aviva Gladis Noviani yang telah banyak membantu dan saling memberikan dukungan selama menjadi mahasiswi.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini, peneliti mengalami adanya beberapa hambatan dan peneliti menyadari Laporan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Februari 2025

Peneliti



Natasya Larosati Widyaningseptri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2.1 Public Relations	21
2.2.2 Citra	24
2.2.3 Media Relations	27
2.2.4 Publisitas	30
2.2.5 Siaran Pers.....	33
2.2.6 Pengemasan Pesan	38
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43

3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	48
3.4 Definisi Kategori dan Kategorisasi	49
3.5 Unit Analisis.....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6.1 Data Primer	54
3.6.2 Data Sekunder.....	54
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	63
4.1.2 Visi dan Misi	64
4.1.3 Struktur Organisasi	64
4.1.4 Website Perusahaan	66
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Jenis Siaran Pers.....	67
4.2.2 Tema Siaran Pers.....	74
4.2.3 Narasumber Siaran Pers	82
4.2.4 Kemasan Isi Pesan.....	85
4.2.5 Citra Perusahaan.....	90
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Keterkaitan dengan Jenis Siaran Pers	102
4.3.2 Keterkaitan dengan Tema Siaran Pers.....	103
4.3.3 Keterkaitan dengan Narasumber Siaran Pers	103
4.3.4 Keterkaitan dengan Kemasan Isi Pesan	104
4.3.5 Keterkaitan dengan Citra Perusahaan	105
4.3.6 Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian.....	106
BAB V.....	108
KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan	108

5.2	Saran.....	109
5.2.1	Saran Akademis.....	109
5.2.2	Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN.....		112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Halaman Website	3
Gambar 1. 2 Halaman Berita Pers Pada Website	6
Gambar 1. 3 Halaman Berita Pers Tahun 2022	7
Gambar 1. 4 Halaman Berita Pers Tahun 2023	7
Gambar 1. 5 Halaman Berita Pers Tahun 2024	7
Gambar 1. 6 Kategori Unggahan Website	8
Gambar 1. 7 Siaran Pers Terkait Citra Perusahaan	9
Gambar 1. 8 Gambar Data Kunjungan Website	10
Gambar 4. 1 Diagram Sebaran Frekuensi Jenis Siaran Pers	68
Gambar 4. 2 Contoh Product Release	69
Gambar 4. 3 Contoh Crisis Management Release	70
Gambar 4. 4 Contoh Event Release	71
Gambar 4. 5 Contoh Financial Release	72
Gambar 4. 6 Contoh Feature Release	73
Gambar 4. 7 Contoh Hard News Release	74
Gambar 4. 8 Diagram Sebaran Frekuensi Tema Siaran Pers	75
Gambar 4. 9 Contoh Pers Tema Penghargaan	76
Gambar 4. 10 Contoh Pers Tema Kinerja	77
Gambar 4. 11 Contoh Pers Tema Lingkungan	78
Gambar 4. 12 Contoh Pers Tema Program	79
Gambar 4. 13 Contoh Pers Tema Sosial	80
Gambar 4. 14 Contoh Pers Tema Fitur Aplikasi	81
Gambar 4. 15 Diagram Sebaran Frekuensi Narasumber Siaran Pers	82
Gambar 4. 16 Contoh Pers Narasumber Direktur	83
Gambar 4. 17 Contoh Pers Narasumber Kepala Departement	84
Gambar 4. 18 Contoh Pers Narasumber Praktisi Humas	85
Gambar 4. 19 Diagram Sebaran Frekuensi Kemasan Isi Pesan	86
Gambar 4. 20 Contoh Pers Daya Tarik Rasional	87
Gambar 4. 21 Contoh Pers Daya Tarik Emosional	88
Gambar 4. 22 Contoh Pers Daya Tarik Moral	89

Gambar 4. 23 Diagram Sebaran Frekuensi Citra Perusahaan	90
Gambar 4. 24 Contoh Pers Citra Muncul dari Organisasi	91
Gambar 4. 25 Contoh Pers Riwayat Hidup Perusahaan.....	92
Gambar 4. 26 Contoh Pers Tanggung Jawab Sosial	93
Gambar 4. 27 Contoh Pers Keberhasilan/Prestasi	94
Gambar 4. 28 Contoh Pers Hubungan Baik	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Daftar Periode Siaran Pers.....	44
Tabel 3.2 Definisi Kategori	48
Tabel 3.3 Kategorisasi	49
Tabel 3.4 Tabel Reliabilitas Coding Jenis Siaran Pers.....	56
Tabel 3.5 Tabel Reliabilitas Coding Tema Siaran Pers.....	56
Tabel 3.6. Tabel Reliabilitas Coding Narasumber Siaran Pers.....	57
Tabel 3.7 Tabel Reliabilitas Coding Kemasan Isi Pesan.....	58
Tabel 3.8 Tabel Reliabilitas Coding Citra Perusahaan.....	59
Tabel 4.1 Tabel Sebaran Frekuensi Jenis Siaran Pers.....	63
Tabel 4.2 Tabel Sebaran Frekuensi Tema Siaran Pers.....	70
Tabel 4.3 Tabel Sebaran Frekuensi Narasumber Siaran Pers.....	77
Tabel 4.4 Tabel Sebaran Frekuensi Kemasan Isi Pesan.....	81
Tabel 4.5 Tabel Sebaran Frekuensi Citra Perusahaan.....	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA