

**ANALISIS ISI PESAN DALAM AKUN *FACEBOOK* PT TUV  
RHEINLAND INDONESIA SEBAGAI SARANA INFORMASI  
SNI**

**TUGAS AKHIR**



**NADEA PRILIE MAHARANI**

**1161903014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

**ANALISIS ISI PESAN DALAM AKUN *FACEBOOK* PT TUV  
RHEINLAND INDONESIA SEBAGAI SARANA INFORMASI  
SNI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana**

**Ilmu Komunikasi**



**NADEA PRILIE MAHARANI**

**1161903014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nadea Prilie Maharani

NIM : 1161903014

Tanda tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nadea Prilie Maharani  
NIM : 1161903014  
Program Studi : Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Dalam Akun *Facebook* PT TUV Rheinland Indonesia Sebagai Sarana Informasi SNI


**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

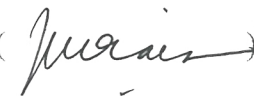
Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M.



Penguji 2 : Mirana Hanasthasia, S.Sos., M.MediaPrac



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2018

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan ridho-Nya yang telah diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Selesainya tugas akhir pun tentu mendapat dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua tercinta. Harry Purnama dan Lily Fatmi yang tidak pernah lelah mendoakan dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir dari segi materi maupun psikis.
2. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan sebagai penguji ahli satu yang telah memberikan sarannya sehingga menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk lebih baik lagi.
4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. sebagai sosok pembimbing yang menyenangkan, selalu memberikan arahan, masukan, dan memotivasi peneliti agar lebih berpikir kritis dalam mengerjakan tugas akhir.
5. Ibu Mirana Hanathasia, S.sos., M.MediaPrac sebagai penguji ahli dua yang telah memberikan kritik dan saran sehingga peneliti dapat pembelajaran lagi untuk lebih baik.
6. Mas Taufik Hidayat yang telah membantu proses administrasi peneliti.
7. Para dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Massa Batch 6 Universitas Bakrie. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama tiga semester ini.
8. Verina Puspita, sahabat yang banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.

9. Amalia Ikhlasanti dan Rizqika Arrum Bakti sebagai sahabat yang selalu mendengar keluh kesah peneliti dan senantiasa menghibur.
10. Pak Laksmono, Ka Oci, Alden, Jo, dan VV tim marketing TUV yang telah meluangkan waktunya untuk bertemu peneliti, memberikan masukan, dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik-baiknya.
11. Teman-teman Komunikasi Massa Kelas Karyawan Universitas Bakrie Batch 6 yang saling mendukung satu sama lain, menghibur, dan memberi semangat untuk menyelesaikan kuliah hingga tugas akhir. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti ucapkan terima kasih atas dorongan semangatnya yang selalu ada untuk peneliti.

Akhir kata peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, meskipun masih jauh dari kata sempurna.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Nadea Prilie Maharani

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadea Prilie Maharani  
NIM : 1161903014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS ISI PESAN DALAM AKUN *FACEBOOK* PT TUV RHEINLAND  
INFONESIA SEBAGAI SARANA INFORMASI SNI”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Nadea Prilie Maharani)

**ANALISIS ISI PESAN DALAM AKUN *FACEBOOK* PT TUV RHEINLAND  
INDONESIA SEBAGAI INFORMASI SNI**

NADEA PRILIE MAHARANI

---

**ABSTRAK**

*Facebook* sebagai salah satu media sosial yang sering kali digunakan sebagai media bersosialisasi dengan kehidupan masyarakat. Berbagai macam pengguna media sosial *facebook* hingga mulai dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai akun media sosial perusahaan. Media sosial dimanfaatkan untuk berbagai macam aspek oleh perusahaan seperti membangun citra perusahaan dan menyapaikan informasi yang dibutuhkan khalayak. Kesadaran perusahaan akan informasi yang dibutuhkan khalayak mengenai isu yang berkaitan dengan bidang perusahaan tersebut tentu memberikan ide baru untuk mencari perhatian khalayak sehingga mendapatkan sebuah ke-tenaran dalam perusahaan dan citra yang baik. Secara garis besar, Akun Sosial Media Facebook PT TUV Rheinland Indonesia sedang memberikan perhatian lebih ke isu SNI. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan metode Analisis Isi dengan teori Agenda Setting. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses yang terjadi didalam pengelolaan akun *Facebook* perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isu yang selalu diberi perhatian lebih oleh pengguna media akan mendapat perhatian lebih dari khalayak.

Kata kunci : Agenda Setting, *Facebook*, SNI, Analisis isi.



***ANALYSIS OF MESSAGE CONTENTS IN PT TUV RHEINLAND  
INDONESIA'S FACEBOOK ACCOUNT AS SNI INFORMATION***

NADEA PRILIE MAHARANI

---

***ABSTRACT***

*Facebook as one of the social media that is often used as a medium to socialize with people's lives. Various kinds of Facebook social media users are being used by companies as corporate social media accounts. Social media is utilized for various aspects by companies such as building company image and addressing information needed by audiences. Corporate awareness of the information needed by audiences about issues related to the company's field would provide a new idea to get the attention of the public so that it gets into the company and good image. Broadly speaking, the Facebook Social Media Account of PT TUV Rheinland Indonesia is paying more attention to the issue of SNI. This type of research is qualitative that uses the method of Fill Analysis with the Agenda Setting theory. Therefore, the purpose of this research is to find out the processes that occur in managing the company's Facebook account. The results of this study indicate that issues that are always given more attention by media users will get more attention from the public.*

*Keyword: Agenda Setting, Facebook, SNI, Content Analysis*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teori.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.1 Komunikasi Massa.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.2 Agenda Setting .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.3 Media Massa.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.4 Unsur Komunikasi .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.5 New Media .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.6 Media sosial .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.7 Sejarah Facebook dan Perkembangan Facebook .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Metode Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Objek Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>35</b>
<b>3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>39</b>
4.1.1 Profil Umum Perusahaan .....	39
4.1.2 <i>Goal, Mission Statement</i> dan Nilai Perusahaan .....	40
4.1.3 Struktur Organisasi .....	41

4.1.4 Lokasi dan Kontak PT TUV Rheinland Indonesia .....	43
4.1.5 Logo PT TUV Rheinland Indonesia .....	43
4.1.5 Tim Marketing PT TUV Rheinland .....	43
4.2.3 Fitur pada Akun <i>Facebook</i> PT TUV Rheinland Indonesia .....	47
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>53</b>
4.2.1 Biodata Informan .....	53
4.2.2 Deskripsi Pengelolaan Akun <i>Facebook</i> PT TUV Rheinland Indonesia. ....	54
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>68</b>
4.3.1 Analisis Isi Pesan Dalam Akun Facebook PT TUV Rheinland Indonesia Sebagai Sarana Informasi SNI .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>Buku: .....</b>	<b>75</b>
<b>Jurnal dan Artikel: .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Survey Pengguna Facebook di Dunia .....	2
Gambar 2 Survey Umur Pengguna Facebook Yang Mengakses TUV .....	5
Gambar 3 Struktur Organisasi .....	42
Gambar 4 Logo TUV .....	43
Gambar 5 Struktur Organisasi Marketing .....	46
Gambar 6 Beranda Akun Facebook TUV .....	47
Gambar 7 Tentang Akun Facebook TUV .....	49
Gambar 8 Fitur pada Akun Facebook .....	49
Gambar 9 Fitur Foto .....	50
Gambar 10 Rating Perusahaan .....	50
Gambar 11 Fitur Acara .....	51
Gambar 12 Tampilan Blog TUV APAC .....	56
Gambar 13 Gambar Leads .....	56
Gambar 14 Contoh Artikel SNI .....	57
Gambar 15 Blog TUV APAC .....	59

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 2 Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 3 Data Artikel .....	64