

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini pada dasarnya ingin mengetahui kecenderungan pemberitaan terkait proses *go public* Garuda Indonesia. Dalam kaitan dengan upaya *go public*, investor merupakan salah satu publik penting dari sebuah perusahaan, karena modal (modal) sebuah perusahaan didapat melalui investor. Hubungan dengan investor harus dijalin oleh sebuah perusahaan, demi kelangsungan bisnis perusahaan tersebut. Pemberitaan di surat kabar merupakan salah satu cara yang digunakan PR untuk melihat potensi opini yang mungkin terbentuk pada publik khususnya investor. Salah satu teknik untuk mengetahui kecenderungan media adalah dengan metode analisis isi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pemberitaan media cetak terkait proses *go public* Garuda Indonesia periode 1 November 2010-30 Maret 2011 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Kesimpulan Teoritis

Dari penelitian yang telah dilakukan, untuk pemberitaan terkait proses *go public*, surat kabar cenderung mengangkat isu terkait stabilitas perusahaan. Isu stabilitas tersebut di tempatkan media dengan ukuran 6-14 paragraf, posisi di halaman dalam, bentuk berita *straight news*, dan narasumber di setiap pemberitaan mencakup narasumber baik dari pihak eksternal dan internal.

5.1.2 Kesimpulan Praktis

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, surat kabar cenderung mengangkat isu mengenai stabilitas perusahaan (*stability*), Isu stabilitas merupakan isu yang paling sering diangkat. Untuk ukuran 23- 32 paragraf (panjang), posisi di halaman depan, dengan bentuk berita *straight news* mayoritas mengangkat isu terkait stabilitas perusahaan. Hal ini dapat dimaknai, isu stabilitas terkait proses *go public* Garuda Indonesia merupakan isu yang di agendakan sebagai isu penting dan perlu segera diketahui publik oleh media. Namun arah opininya cenderung *unfavorable* (tidak mendukung, negatif) berarti media secara eksplisit maupun implisit memberitakan posisi perusahaan Garuda Indonesia terhadap resiko kurang baik. Media cenderung memberitakan Garuda Indonesia memiliki resiko, jika investor hendak berinvestasi. Pemberitaan ini kurang menguntungkan bagi pihak perusahaan (Garuda Indonesia).

2. Media mayoritas mencantumkan narasumber baik dari pihak internal maupun pihak eksternal di setiap pemberitaannya,. Narasumber yang paling sering dimunculkan dari pihak internal adalah penjamin emisi dan pihak kementerian BUMN (baik menteri BUMN dan deputy BUMN). Penjamin emisi dalam proses *go public* Garuda ini, merupakan penjamin yang *full comitment* yaitu yang bertanggung jawab penuh untuk menyerap sisa saham yang tidak terbeli investor. Sebagai salah satu BUMN yang kepemilikan saham sebelumnya 100% milik pemerintah, penawaran saham Garuda Indonesia merupakan salah satu hal yang menjadi tanggung jawab pemerintah secara khusus pihak kementerian BUMN. Salah satu pihak yang menentukan keputusan dalam proses *go public* Garuda

Indonesia adalah kementerian BUMN. Keputusan yang dibuat seperti penentuan harga saham, tanggal penawaran saham.

3. Narasumber dari pihak eksternal yang pernyataannya banyak dikutip adalah analis keuangan dan kepala riset pasar modal. Analis mempunyai pengaruh sangat besar, mereka dapat mempengaruhi harga dari saham dari perusahaan apabila mereka menyarankan untuk membeli atau menjual. Selain analisis keuangan kepala riset pasar modal juga merupakan pihak yang sering dimintai keterangan oleh media perihal proses *go public* Garuda Indonesia. Kepala riset pasar modal merupakan pihak yang memiliki data-data terkait kondisi pasar dan kondisi perusahaan yang melaksanakan penawaran saham ke publik.

4. Isu stabilitas merupakan salah satu harapan investor yang patut dipenuhi untuk menciptakan reputasi finansial perusahaan yang baik dimata investor. Dari penelitian ini kecenderungan media memberitakan isu stabilitas Garuda Indonesia *unfavorable*. Garuda Indonesia diposisikan media cenderung memiliki resiko jika investor ingin berinvestasi.

5. Memahami isu-isu yang berkembang terkait perusahaannya merupakan salah satu tugas PR. PR juga memahami isu yang berkembang dan menganalisa sikap publik yang mempunyai pengaruh terhadap organisasi. PR diharapkan dapat menerjemahkan isu-isu paling penting terkait perusahaan. Dalam proses *go public* Garuda Indonesia PR dituntut untuk mengetahui, hal-hal terkait penawaran saham. PR kaitannya dengan *investor relations* bertugas memberikan komunikasi keuangan yang baik, memastikan saham perusahaan dihargai secara profesional, membangun kepercayaan dengan sumber dana (pemodal/ investor), serta

menanggapi pertanyaan dan kebutuhan investor. PR perlu mengetahui secara betul industri di tempat ia bekerja, dan program apa yang dijalankan oleh perusahaan saat ini. Hal ini dimaksudkan agar PR dapat mengkomunikasikan secara baik kebutuhan informasi bagi publik (investor).

6. Hasil dari penelitian ini (analisis isi) dapat digunakan sebagai *early warning* (peringatan awal) bagi Garuda Indonesia. Isi dari pemberitaan suatu media merupakan dasar dari efek media, studi dari isi media dapat membantu perusahaan atau organisasi memprediksi efek pada publiknya (Shoemaker dan Reese, 1996:27). Dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak perusahaan untuk mengetahui potensi opini publik (investor), untuk membuat kebijakan selanjutnya.

5.2 SARAN

Penggunaan analisis isi pesan terhadap media merupakan salah satu cara yang menarik untuk mengetahui kecenderungan pemberitaan terkait suatu proses penawaran saham. Adapun saran yang ingin disampaikan peneliti yaitu,

1. Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menentukan strategi-strategi kedepan, dengan melihat potensi opini yang terbentuk selama proses *go public*.
2. Analisis isi dapat mengetahui siapa saja yang menjadi narasumber dan bagaimana arah opininya. Untuk pemberitaan terkait proses *go public* Garuda Indonesia, narasumber dari pihak eksternal yang paling sering dimintai keterangan oleh media adalah analis keuangan dan kepala riset pasar modal. Maka

kedepannya Garuda Indonesia perlu meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak tersebut, baik untuk meminta saran maupun untuk mengontrol opini yang mereka ungkapkan pada media.

3. Dari penelitian diatas, untuk perusahaan yang ingin melakukan penawaran sahamnya, sebaiknya perlu meningkatkan stabilitas perusahaan, karena faktor ini merupakan faktor yang dianggap penting oleh media ketika perusahaan ingin menjadi perusahaan terbuka.



DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadhya. 2005. *Penulisan Berita*. Edisi kedua. Yogyakarta : Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Ardianto, E Dan Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Argenti, Paul. 2007. *Corporate Communication*. New York : McGraw Hill

Argenti, Paul. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika

Baskin, Otis, Aronoff, Craig dan Lattimore, Dan. 1997. *Public Relations: The Profession and the Practice*. Madison, WI: Brown & Benchmark

Baskin, Otis , Lattimore, Heiman, dan Toth. 2010. *Public Relations: Profesi Dan Pratik*. Jakarta: Salemba Humanika

Blower, Michael. 2006. *White Paper "Cracking Content – A Guide To Measuring The Media, Present And Future"*. (http://www.mereseach.co.uk/MEReseach/index_files/Reports/VersionForWebsite.pdf)

Brau, J. and S. Fawcett. 2006. "Initial Public Offerings: An Analysis of Theory and Practice", *Journal of Finance*, Vol LXI, hal 61: 399-436

([http://fir.nes.ru/~agoriaev/Papers/Brau Initial Public Offerings-An Analysis of Theory and Practice JF06.pdf](http://fir.nes.ru/~agoriaev/Papers/Brau%20Initial%20Public%20Offerings-An%20Analysis%20of%20Theory%20and%20Practice%20JF06.pdf))

Brigham, E.F. and Michael C. Ehrhardt. 2002. *Financial Management. (Tenth Edition)*. Orlando: Harcourt College Publishers.

Carroll , Craig E Dan McCombs, Maxwell . 2003. "Agenda-Setting Effects Of Business News On The Public's Images And Opinions About Major Corporations". *Corporate Reputation Review*. Vol. 6, Iss. 1. Hal . 36 .

Cutlip, Scott M., Center, Allen H. & Broom, Glen M .2005. *Effective Public Relations Ninth Edition*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Daniri, Mas Achmad. 2011. "Transformasi BUMN Lewat Pasar Modal". *Bisnis Indonesia*, Selasa 18 Januari 2011, Hal 11

Deephouse, D.L. 1997. "The effect of financial and media reputations on performance". *Corporate Reputation Review*,. Vol. 1 No. 1/2, Summer/Fall, hal. 68-71.

DeSanto, Barbara. "Agenda-Setting Theory." *Encyclopedia of Public Relations*. 2007. SAGE Publications. 23 April 2008. <http://sage-reference.com/publicrelations/Article_n13.html>.

Djumena, Erlangga. 2011. Pertumbuhan ekonomi 2010 capai 6,1 persen. *Kompas.Com*. 7 Februari 2011. Diakses 12 Maret 2011 (<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/02/07/12133325/Pertumbuhan.Ekonomi.2010.Capai.6.1.Persen>)

Downes, Jhon dan Elliot, Jordan. 1994. *Kamus Istilah Dan Keuangan*. Jakarta : PT. Elex Multimedia Komputindo

Emilia, Sulaiman, dan Sembel. 2008. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Initial Return 1 Hari, Return 1 Bulan, Dan Pengaruh Terhadap Return 1 Tahun Setelah IPO. *Jurnal Of Aplied Finance And Accounting*. Vol 1, hal:116-140

Fombrun, Charles J. 1996. *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*. USA: Harvard Business Press

Garuda Indonesia. 2010. *Laporan Tahunan 2010 'Ready For The Next Journey'*. Jakarta : Garuda Indonesia

Gregory, Anna. 2004. *Perencanaan Dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga

Grunig, James E. Dan Hunt, Todd. 1984. *Managing Public Relations*. New York : Holt, Rinehart And Winston

Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR : Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Gulung

Heath, Robert L. 2005. *Encyclopedia of Public Relations*. Volume 2. USA: Sage Publications, Inc

Hong, Youngsin, Ki Eyun. 2007. 'How do public relations practitioners perceive investor relations? An exploratory study'. *Corporate Communications An International Journal*. Vol. 12.no 2, hal 199 - 233

Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas

Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta : Galang Persada Pres

Joewono, Benny .2011. Garuda Lepas Saham Perdana Ke Publik. *Kompas.Com*. 12 januari 2011. Diakses 12 Maret 2011
(<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/01/20/22290978/Garuda.Lepas.Saham.Perdana.ke.Publik.>)

Krippendorff,Klaus.1993. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Lesmana, Rangga. 2011. "2011: Tahun Emas Ekonomi Indonesia". *Majalah Warta Ekonomi*, Edisi 10-23 Januari 2011, Hal 23

Littlejohn, Stephen dan Foss, Karen. 2008. *Theories Of Human Communication*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth

Macnamara, Jim. 1996. *How To Handle The Media*. Sydney : Australia Prentice Hall

Macnamara, Jim . 2006. *PR Metrics Research For Planning & Evaluation Of PR & Corporate Communication* (dan tersedia di <http://www.carmaapac.com/downloads/PR%20Metrics%202006.pdf>)

Macnamara, Jim . 2006. *Media Content Analysis Uses, Benefits & Best Practice Methodology* (dan tersedia di <http://www.carmaapac.com/downloads/Media%20Content%20Analysis%20Research%20Paper.pdf>)

MacGregor , D . G . , Slovic , P . , Dreman , D . and Berry , M . (2000) ‘ Imagery, affect, and financial judgment ’ , *The Journal of Psychology and Financial Markets* , vol 1 ,hal : 104 – 110 .

Maskur, Mohamad Fatkhul.2011. "Edelman: Bisnis Indonesia Koran Bisnis Paling Terpercaya". *Bisnis Indonesia*, 20 Maret 2011.

Moleong ,Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Nasir, Ahmad Zaki. 2011." Mengamankan Daya Beli Konsumen 2011". *Majalah Warta Ekonomi*, Edisi 10-23 Januari 2011, Hal 50

Ritonga, Jamiluddin . 2004. *Riset Kehumasan*. Jakarta: PT. Grasindo

Satar, Emirsyah. 2011. "Pembenahan Organisasi dan Operasional Kunci Sukses Garuda". *Bisnis Indonesia*, 7 Februari 2011, Hal 13

Shaw, Eugene. 1979. *Agenda-Setting And Mass Communication Theory*. International Communication Gazette, hal. 96-105

Shoemaker, P. & Reese, S. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. White Plains, NY : Longman

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES

Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Tymson, Candy dan Sherman, Bill. 1996. *The New Australian And New Zealand Public Relations Manual*. New Zealand : Tymson Communication

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Prenada Media: Jakarta.

Lampiran 1

Tabel Daftar Item Berita

1. Kompas

No	Judul	Tanggal
1.	Garuda Tuntaskan Restrukturisasi Utang	20Desember 2010
2.	PT Garuda Indonesia Lepas 30% Saham	12 Januari 2011
3.	Garuda Indonesia Lepas Saham Di Kisaran RP 750- RP 1100	13 Januari 2011
4.	Garuda Akan Dorong Ekspansi Domestik	18 Januari 2011
5.	Pasar Modal Mudah Digoyang	20 Januari 2011
6.	Indeks Harga Saham Gabungan Anjlok Lagi	22 Januari 2011
7.	Jamsostek Siap Investasi	26 Januari 2011
8.	Harga Garuda Di Batas Bawah	27 Januari 2011
9.	IPO Garuda Masih Sepi	4 Februari 2011
10	Garuda Maksimalkan Investor Ritel	8 Februari 2011
11	Garuda Menunggu Rekapitulasi Hasil IPO	9 Februari 2011
12	Saham Garuda Terserap Baik	10 Februari 2011
13	Garuda Harus Konsolidasi Pasar	11 Februari 2011
14	Saham Garuda Jeblok	12 Februari 2011
15	IPO Dinilai Telah Gagal	14 Februari 2011
16	IPO Garuda Menjadi Kajian	17 Februari 2011
17	Saham Garuda Dinilai Tetap Prospektif	18 Februari 2011

2. Bisnis Indonesia

No	Judul berita	Tanggal
1.	IPO Garuda Berpeluang Molor	6November 2010
2.	Garuda Berhasil Cetak Laba	10 November 2010
3.	Pemerintah Hanya Lepas 9,4 % Saham	16 November 2010
4.	AP I Tak Akan Lepas Saham Garuda	19 November 2010
5.	IPO Garuda Dan Mandiri Bersamaan	26 November 2010
6.	Garuda Restrukturisasi Utang Eca	17 Desember 2010
7.	Garuda Incar Dana IPO US\$ 500 Juta	5 Januari 2011
8.	Target IPO Garuda Tetap US\$ 350 Juta	11 Januari 2011
9.	Harga Saham IPO Garuda Rp 1000	12 Januari 2011

10	IPO Garuda Bisa Raup Rp 10,23 Triliun	13 Januari 2011
11	Investor Asing Jajaki Prospek Garuda	14 Januari 2011
12	Berharap Saham Garuda Terbang Tinggi	15 Januari 2011
13	Menebus Dosa Pak Mustafa	17 Januari 2011
14	Mandiri Raih Rp 2 Triliun Dari IPO Garuda	18 Januari 2011
15	Asing Tak Persoalkan Harga IPO	18 Januari 2011
16	Garuda Lepas Investor Maskapai	19 Januari 2011
17	Menteri BUMN Siapkan Pengaman Ipo Garuda	21 Januari 2011
18	Garuda Cari Utang US\$ 120 Juta	22 Januari 2011
19	Opsi Pangkas Saham IPO Garuda Di Buka	24 Januari 2011
20	Mandiri & Garuda Bakal Raup Rp 17 Triliun	26 Januari 2011
21	49 Investor Beli Lebih Mahal	27 Januari 2011
22	Pialang Hati-Hati Jual Saham Garuda	27 Januari 2011
23	Penjamin Serap 57% Saham Garuda	28 Januari 2011
24	Investor Ritel Domestik Diutamakan	31 Januari 2011
25	GMF Aero Asia Tunda Masuk Bursa	1 Februari 2011
26	Turbulensi Mengiringi IPO	2 Februari 2011
27	Garuda Indonesia Targetkan Pendapatan Rp 27,5 Triliun	4 Februari 2011
28	BUMN Asuransi Ambil Porsi IPO	5 Februari 2011
29	Garuda Raih Leasing US\$ 270 Juta	7 Februari 2011
30	Penawaran Saham Garuda Sepi Peminat	7 Februari 2011
31	Penjamin Kalah Bandar	10 Februari 2011
32	Asuransi Di Dorong Beli Garuda	11 Februari 2011
33	Indeks Sambut Listing Garuda	11 Februari 2011
34	Investor Lokal Khawatir Saham Garuda Anjlok	11 Februari 2011
35	Danareksa Bailout Bahana	12 Februari 2011
36	Indeks Rebound Pada Akhir Pekan	12 Februari 2011
37	Menkeu : IPO Garuda Kurang Persiapan	16 Februari 2011
38	Penjamin Di Instruksi Lock Up Saham	18 Februari 2011
39	Pergulatan Di Balik IPO Garuda	21 Februari 2011
40	Garuda Cari Leasing US\$ 3 Miliar	23 Februari 2011
41	Modal 3 Underwriter Garuda Susut	24 Februari 2011
42	Underwriter Garuda Cari Dana Sendiri	25 Februari 2011
43	IPO Air Asia Hadapi Kendala	4 Maret 2011
44	Pembeli Saham Garuda Ditawari Kursi Direksi	4 Maret 2011
45	Grup Rajawali Incar Saham Garuda	15 Maret 2011
46	IPO GMF Ditunda Hingga 2014-2015	24 Maret 2011
47	Divestasi Garuda Melalui Block Sale	26 Maret 2011
48	Pendapatan Garuda Diprediksi Rp 4,5 Triliun	28 Maret 2011

Guideline Pengisian *Coding Sheet*

ANALISIS ISI PEMBERITAAN SURAT KABAR TENTANG

PROSES *GO PUBLIC* GARUDA INDONESIA

1. Kategori Penampilan Fisik

frekuensi pemunculan berita berdasarkan tampilan pada surat kabar.

Dalam penelitian ini tampilan yang dimaksud adalah:

a. Ukuran berita

Jumlah paragraf : paragraf

Dalam penelitian ini, pertanyaan diajukan secara terbuka, pengkoder diminta untuk menghitung jumlah paragraf yang ada dalam setiap pemberitaan dan menuliskannya pada *coding sheet* (a).

b. Bentuk berita

Straight news

Soft news

Pada bagian ini pengkoder diminta untuk memilih salah satu bentuk berita yang ditampilkan pada setiap pemberitaan yang ada. Bentuk berita ada dua yaitu *straight news* dan *soft news* dengan penjelasan sebagai berikut,

1) *Straight news* adalah berita yang ditulis lebih singkat padat dan lugas, mencakup 5W+1H di awal berita, berisi informasi fakta yang disusun berdasarkan urutan dari yang paling penting.

2) *Soft news* adalah berita yang mempunyai pola penulisan lebih panjang, biasanya terdapat teras berita dan nilai beritanya lebih menarik.

c. Posisi berita

Halaman depan secara keseluruhan

Halaman belakang secara keseluruhan

Halaman dalam

Halaman depan sub bab finansial

Halaman belakang sub bab finansial

Pada bagian ini pengkoder diminta untuk memilih salah satu dari posisi berita yang ditampilkan pada setiap pemberitaan yang ada sesuai dengan karakteristik surat kabar dan topik penelitian ini. Dalam penelitian ini posisi berita dibagi menjadi 5 yaitu,

- 1) Halaman depan secara keseluruhan merupakan halaman pertama (halaman awal) dalam surat kabar yang dilihat secara keseluruhan.
- 2) Halaman belakang secara keseluruhan, merupakan halaman paling belakang(akhir) dari surat kabar tersebut
- 3) Halaman dalam, merupakan halaman di bagian dalam surat kabar, namun dalam penelitian ini halaman dalam tidak termasuk suplemen khusus, atau sub bab khusus, yaitu sub bab finansial.
- 4) Halaman depan sub bab finansial, peneliti menambahkan kategori ini karena pemberitaan mengenai IPO berkaitan dengan topik finansial, yang didalam surat kabar baik Bisnis Indonesia maupun Kompas memiliki bagian khusus yaitu pada sub bab Finansial.
- 5) Halaman belakang sub bab finansial, peneliti menambahkan kategori ini karena pemberitaan mengenai IPO berkaitan dengan topik finansial, yang didalam

surat kabar baik Bisnis Indonesia maupun Kompas memiliki bagian khusus yaitu pada sub bab Finansial.

2. Kategori Isi Berita

Frekuensi pemunculan berita berdasarkan isi yang ditampilkan pada surat kabar.

Isi berita yang dimaksud adalah:

d. Fokus berita

Profitability

Stability

Growth

1) Keuntungan (*profitability*)

Yang meliputi informasi yang berisi catatan keuntungan perusahaan, pendapatan perusahaan, yang terdahulu maupun saat ini.

2) perusahaan dapat memelihara stabilitas (*stability*)

Yang meliputi informasi yang berisi posisi perusahaan terhadap resiko, seperti informasi yang menyebutkan perusahaan terlihat memiliki sedikit resiko ketika investor menginvestasikan dananya.

3) perusahaan dapat menunjukkan prospek pertumbuhan yang baik (*growth*)

Yang meliputi informasi yang berisi prospek pertumbuhan yang baik dimasa depan dan memiliki kecenderungan memperlihatkan performa yang baik dibandingkan dengan kompetitornya.

e. Arah Opini

Favourable

Netral

Unfavourable

Pada bagian ini pengkoder diminta untuk memilih salah satu dari arah opini yang ditampilkan pada setiap pemberitaan yang ada. Dengan penjelasan sebagai berikut,

1) **Favourable** (mendukung atau positif)

sikap *favourable* atau positif yang dimaksud dalam kategorisasi ini bila pernyataan pendapat atau opini yang ditampilkan dalam pemberitaan surat kabar secara eksplisit dan implisit mendukung yaitu dengan memuji, menyanjung, menyetujui isu tersebut.

2) **Netral**

sikap netral yang dimaksud adalah apabila pernyataan pendapat atau opini dalam tajuk rencana yang dilontarkan baik secara eksplisit maupun implisit tidak bersikap memihak atau netral tentang isu tersebut.

3) ***Unfavourable***

sikap *unfavourable* atau negatif dimaksudkan bila pernyataan pendapat atau opini yang ditampilkan tajuk rencana dalam surat kabar secara eksplisit maupun implisit tidak mendukung yaitu dengan mencela, meremehkan, menolak isu tersebut.

f. Kelengkapan isi berita (*completeness*)

What

Who

Where

When

Why

How

Pengkodeer diminta untuk memberikan tanda unsur apa saja yang ada dalam setiap pemberitaan. Pengkodeer dapat memilih unsur tersebut lebih dari satu atau memilih semua unsur tersebut. Dengan penjelasan sebagai berikut,

What (apa) mencakup apa yang terjadi, kalau pernyataan pernyataan tentang apa?

Who (siapa) mencakup Siapa (siapa saja) yang terlibat dalam peristiwa (kalau pernyataan, siapa saja yang menyampaikan pernyataan)?

When (kapan) mencakup Kapan peristiwa terjadi (kalau pernyataan, kapan pernyataan disampaikan?)

Where (dimana) mencakup Dimana peristiwa terjadi (kalau pernyataan, dimana peristiwa disampaikan)?

Why (mengapa) mencakup Apa sebab peristiwa terjadi (kalau pernyataan, mengapa pernyataan itu penting disampaikan)?

How (bagaimana) mencakup Bagaimana peristiwa terjadi (kalau pernyataan, bagaimana pernyataan disampaikan: lisan, tertulis, dalam pidato, dsb)?

g. Nara sumber

Direktur utama

Direktur keuangan (EVP Corporate strategy)

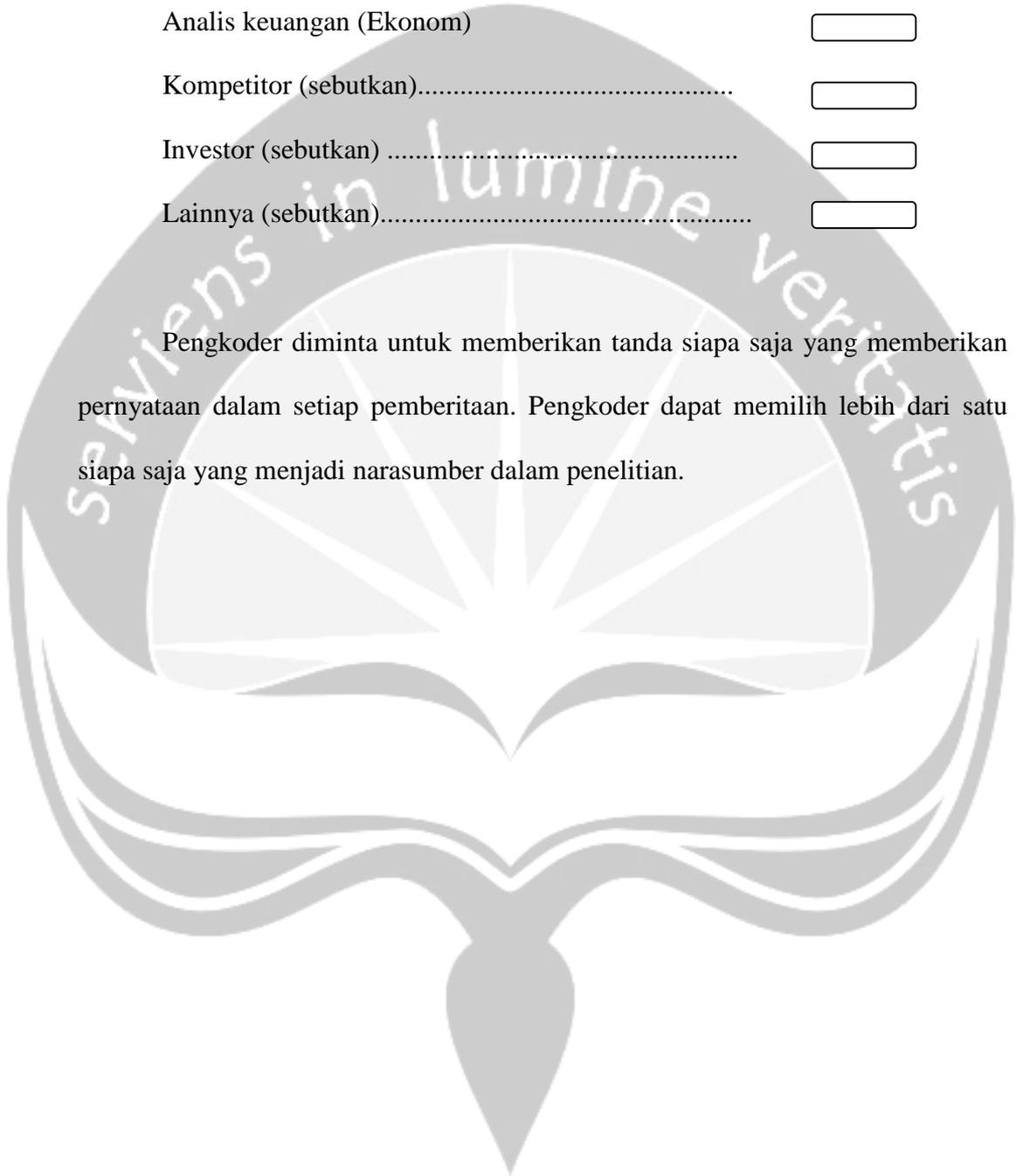
Corporate communication

Enterprise Risk Manajement (ERM) Garuda

Pihak Garuda (sebutkan).....

- Penjamin emisi
- Pihak BUMN(sebutkan)
- Pemerintah(sebutkan)
- Analisis keuangan (Ekonom)
- Kompetitor (sebutkan).....
- Investor (sebutkan)
- Lainnya (sebutkan).....

Pengkodeur diminta untuk memberikan tanda siapa saja yang memberikan pernyataan dalam setiap pemberitaan. Pengkodeur dapat memilih lebih dari satu siapa saja yang menjadi narasumber dalam penelitian.



CODING SHEET

**ANALISIS ISI PEMBERITAAN SURAT KABAR TENTANG
PROSES GO PUBLIC GARUDA INDONESIA**

Pengoder :

No. Coding sheet :

Nama surat kabar :

Judul berita :

Hari, tanggal terbit :

1. Kategori Penampilan Fisik

a. Ukuran berita

Jumlah paragraf : paragraf

b. Bentuk berita

Straight news

Soft news

c. Posisi berita

Halaman depan secara keseluruhan

Halaman belakang secara keseluruhan

Halaman dalam

Halaman depan sub bab finansial

Halaman belakang sub bab finansial

3. Kategori Isi Berita

d. Fokus berita

Profitability

Stability

Growth

e. Arah Opini

Favourable

Netral

Unfavourable

f. Kelengkapan isi berita (*completeness*)

What

Who

Where

When

Why

How

g. Nara sumber

Direktur utama

Direktur keuangan (EVP Corporate strategy)

Corporate communication

Enterprise Risk Manajement (ERM) Garuda

Pihak Garuda (sebutkan).....

Penjamin emisi

Pihak BUMN(sebutkan)

Pemerintah(sebutkan)

Analisis keuangan (Ekonom)

Kompetitor (sebutkan).....

Investor (sebutkan)

Lainnya (sebutkan).....