

MEDIA MONITORING MENGGUNAKAN *TOOLS* BRAND24 DALAM MENGANALISIS CITRA PT METRA-NET

SYAFITRIE PANGESTUTI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “*Media Monitoring menggunakan tools Brand24 dalam Menganalisis Citra PT Metra-Net*” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Syafitrie Pangestuti
J0301211117

a Hak cipta milik IPB University

IPB University

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Laporan Akhir ini dapat diselesaikan. Topik yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan Mei 2025 ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan judul "*Media Monitoring menggunakan tools Brand24 dalam Menganalisis Citra PT Metra-Net*". Penyusunan Laporan Akhir ini tidak terlepas dari berbagai kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, laporan ini dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penulisan Laporan Akhir.
- 2) Dr. Leonard Dharmawan, SP MSi selaku dosen penguji Tugas Akhir, Dr. Abung S, Wijaya, SIKom, MSi selaku dosen verifikator pada saat seminar hasil jurnal, dan Badar Muhammad, M. Si. selaku dosen moderator pada seminar proposal.
- 3) Tim *Corporate Secretary & Communication* PT Metra-Net yang telah bersedia menjadi informan pada penelitian ini dan Kak Hani, Mas Aziz yang sudah membantu dalam proses penelitian ini.
- 4) Kedua orang tua saya, Ibu Anita dan Bapak Tatang Satria Budi Hadi, S. IP yang dengan penuh kasih sayang, doa, dan pengorbanan tiada henti selalu menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, serta usaha yang tak pernah putus untuk mendoakan dan membimbing anak bungsunya hingga mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini.
- 5) Saudara-saudara tercinta, Kharisma Iman Sari, S.E., Irfan Rachmad Permadi S.Kom., dan Endah Ayu Andari S.Tr, M.J.M yang selalu menjadi sumber motivasi dan inspirasi.
- 6) Salma, Aufa, Adel, Vania, Michelle, Finno, Aji, Khanisa, Gen Halilintar Geng's, Rekan yang berada di group orang – orang senang, serta teman-teman magang penulis di PT Metra-Net, Maritim Muda Nusantara, BPH Micro IT dan rekan se-bimbingan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses perkuliahan hingga menyelesaikan Laporan Akhir ini.
- 7) Seluruh rekan-rekan Program Studi Komunikasi Digital dan Media Angkatan 58, yang telah menjadi teman perjalanan dan memberikan kebersamaan serta dukungan selama menempuh studi ini.
- 8) Terakhir, kepada saya sendiri, Syafitrie Pangestuti. Terima kasih sudah bertahan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis berharap Laporan Akhir ini dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat serta ikut mendukung perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Syafitrie Pangestuti

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Media Online	6
2.2 Corporate Secretary & Communication	6
2.3 <i>Media Relations</i>	8
2.4 <i>Media Monitoring</i>	8
2.5 Citra	9
2.6 Kajian Terdahulu	10
2.7 Kerangka Pemikiran	15
III METODE	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Lokasi dan Waktu	17
3.3 Subyek Penelitian	17
3.4 Data dan Instrumen	18
3.5 Teknik Pengumpulan Data	19
3.6 Teknik Keabsahan Data	19
3.7 Teknik Analisis Data	20
3.8 Output Penelitian	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum PT Metra-Net	22
4.2 Analisis Aktivitas <i>Media Monitoring</i> menggunakan <i>tools</i> Brand24	27
4.3 Analisis Kegiatan <i>Corporate Secretary & Communication</i> dalam Meningkatkan Citra PT Metra-Net	44
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Summary of mentions</i> Metra-Net	3
2	Kerangka Pemikiran	16
3	Logo PT Metra-Net	23
4	Struktur Perusahaan	24
5	Grafik Tone Berita Oktober 2024 - Maret 2025	30
6	Pemberitaan dengan Tone Positif	30
7	Pemberitaan dengan Tone Netral	31
8	<i>Monitoring</i> manual melalui <i>website</i> Google	32
9	Grafik <i>Mentions</i> dan <i>Reach</i> Media Online PT Metra-Net	35
10	Grafik Sentimen Media Sosial Oktober 2024 - Maret 2025	36
11	Unggahan dengan Sentimen Positif	37
12	Unggahan dengan Sentimen Netral	38
13	Trending Hashtag Oktober 2024 – Maret 2025	40
14	Grafik <i>Mentions</i> dan <i>Reach</i> Media Sosial PT Metra-Net	41
15	Template pelaporan data <i>media monitoring</i>	43
16	Grafik Sentimen PT Metra-Net	44
17	Website Resmi PT Metra-Net	46
18	Kegiatan Townhall Meeting PT Metra-Net	49
19	Kegiatan Company Visit	50
20	Kolaborasi strategis PT Metra-Net dan Fatayat NU	51
21	Kolaborasi Donor Darah	52
22	Kegiatan Media Visit	54
23	Penyerahan Bantuan Peralatan Praktek Belajar	57

DAFTAR TABEL

1	Studi Literatur tentang <i>Media Monitoring</i>	10
2	Studi Literatur tentang Meningkatkan Citra	12
3	Nama Informan Penelitian	18
4	Perbandingan Tone di Media Online	32
5	Perbandingan Sentimen di Media Sosial	38