

**PENGARUH PERSEPSI PEMBERITAAN GOJEK DI DETIK.COM
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA GOJEK DI KALANGAN
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI INSTITUT BISNIS dan
INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

Oleh :

Nama: Priscilla Prima

Nim : 69100249

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jakarta

September 2016



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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI PEMBERITAAN GOJEK DI DETIK.COM TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Diajukan Oleh :

Priscilla Prima

69100249

Jakarta, 4 Oktober 2016

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



(Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Priscilla Prima/69100249/2016/ Pengaruh Persepsi Pemberitaan GoJek Di Detik.com Terhadap Minat Menggunakan Jasa GoJek Di Kalangan Mahasiswa Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi / Dosen Pembimbing Ibu Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membangun pencitraan dalam benak masyarakat serta membentuk pendapat mereka. Media melalui isi pesan melaksanakan strategi pembingkaihan, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain. Kenyataan bahwa isi pesan media massa dapat mendorong munculnya minat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi sudah tidak dapat terbantahkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh akan penggunaan isi pesan media terhadap minat khalayak.

Konsep yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian ini adalah isi pesan media dan minat dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R, atau yang biasa disebut Teori Stimulus Respon.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atas survei terhadap 132 responden mahasiswa/i Ilmu Komunikasi dari angkatan 2013-2015. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui penyebaran kuesioner dengan pengambilan sampel *non-probability sampling* dan pendekatan sampel aksidental.

Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian tentang pengaruh pemberitaan gojek terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberitaan Gojek terhadap minat kognisi, minat emosi dan minat konasi mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie baik secara simultan maupun individual.

Pemberitaan Gojek mempengaruhi minat sebesar 18.3%. Sedangkan secara individual, pemberitaan Gojek lebih mempengaruhi minat emosi mahasiswa yaitu sebesar 16,2%. Besar pengaruh pemberitaan Gojek terhadap minat kognisi dan minat konasi masing-masing adalah sebesar 7,3% dan 7,7%.

Kata kunci: Teori S-O-R, Isi Berita, Minat



ABSTRACT

Priscilla Prima/69100249/2016/Perceptions Influence of GoJek News at Detik.com and interest to use GoJek Transportation Service among Kwik Kian Gie School Of Business Student Circle/ Supervisor Ms. Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.

It is inevitable that the mass media has the ability to build the image in people's minds and form their opinions. Media through the contents of the message framing implement strategies, which highlight certain aspects and ignoring other aspects. The fact that the mass media message content can encourage an interest to meet the need for information is not be refuted. This study aims to determine the effect how people will use the contents of the message against the interest of the public media.

Concepts used to solve the problem of this research is the content of the message and the media interest, and the theory used in this research S-O-R theory or usually called Stimulus Response Theory.

This study uses a quantitative survey of 132 respondents of Communication Sciences student from 2013 to 2015 generation. The data collection technique is done is by distributing questionnaires to a sampling of non-probability sampling and purposive sampling approach.

Based on the results obtained from studies on the effect of the interest news gojek use among students Kwik Kian Gie is known that a significant difference between preaching Gojek against the interest of cognition, emotion and interest konasi interests of students Kwik Kian Gie either simultaneously or individually.

Preaching Gojek affect the interest of 18.3%. While individually, proclamation Gojek more emotions affect the interest of students in the amount of 16.2%. Influence on the interest cognition and interest conation respectively 7.3% and 7.7%.

Keywords : S-O-R Theory, News Content, Interest





KATA PENGANTAR

Ucapan syukur dan terima kasih dipanjatkan penulis kepada Tuhan Yesus karena dengan anugerah dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh penulis guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting* pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Selama proses penulisan skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan banyak doa, bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran, baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Papa, Mama, beserta keluarga besar yang selalu dengan setia memberikan doa dan dukungannya secara tulus kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan nasehat, baik berupa teknis maupun non teknis dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Deavvy M.R.Y.Johassan, S.Sos.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A (comms) selaku dosen wali penulis yang telah membimbing penulis dalam melakukan proses perkuliahan penulis selama di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
5. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan, serta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu proses perkuliahan dan administrasi sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.



6. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2013 hingga 2015 yang telah membantu dalam proses pengisian kuesioner.

7. Seluruh teman-teman program studi Ilmu Komunikasi *broadcasting* angkatan 2010 dan 2011 yang memberi dukungan kepada penulis selama kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kekeliruan, kesalahan, atau segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan atau berkepentingan.

Jakarta, September 2016

Penulis,

Priscilla Prima

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Identifikasi Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teoritis	8
1. Teori S-O-R	8
2. Media Online	10
3. Berita (News)	11





4. Minat	13
5. Media Massa	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis	24

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian	25
B. Metode Penelitian	25
C. Variabel Penelitian	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Teknik Pengambilan Sampel	30
F. Teknik Analisis Data	32
1. Skala Likert	32
2. Uji Validitas	34
3. Uji Reliabilitas	35
4. Uji Normalitas	37
5. Uji Linieritas	37
6. Uji Korelasi Pearson	37
7. Uji Regresi Linier Sederhana	38

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	40
1. Profil Detik.com	40
2. Profil GoJek	41

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 dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Cipta Dilindungi Undang-Undang



B. Analisis dan Pembahasan	43
1. Uji Validitas Realiabilitas	43
2. Analisis Karakteristik Responden	50
3. Uji Regresi Liniar	51
4. Analisis Deskriptif Data Kuesioner	79
C. Hasil Penelitian	83
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

Hasil Penelitian IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pemberitaan GoJek	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Minat	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Kognisi	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Minat Emosi	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Minat Konasi	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Pemberitaan Gojek	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Minat	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Minat Kognisi	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Minat Emosi	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Konasi	50
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Angkatan	51
Tabel 4.13 Uji Normalitas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Mahasiswa	52
Tabel 4.14 Uji Linieritas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Mahasiswa	53
Tabel 4.15 Uji Korelasi <i>Pearson</i> Pemberitaan Gojek terhadap Minat	53





Tabel 4.16 Uji F Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Mahasiswa55

Tabel 4.17 Uji t Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Mahasiswa56

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Mahasiswa57

Tabel 4.19 Uji Normalitas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi59

Tabel 4.20 Uji Linieritas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi60

Tabel 4.21 Uji Korelasi *Pearson* Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi60

Tabel 4.22 Uji F Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi62

Tabel 4.23 Uji t Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi63

Tabel 4.24 Koefisien Determinasi Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Kognisi64

Tabel 4.25 Uji Normalitas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi66

Tabel 4.26 Uji Linieritas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi67

Tabel 4.27 Uji Korelasi *Pearson* Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi67

Tabel 4.28 Uji F Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi69

Tabel 4.29 Uji t Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi70

Tabel 4.30 Koefisien Determinasi Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Emosi71

Tabel 4.31 Uji Normalitas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi73

Tabel 4.32 Uji Linieritas Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi74

Hak Cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.33 Uji Korelasi *Pearson* Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi74

Tabel 4.34 Uji F Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi76

Tabel 4.35 Uji t Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi77

Tabel 4.36 Koefisien Determinasi Pengaruh Pemberitaan Gojek terhadap Minat Konasi78

Tabel 4.37 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Berita Gojek79

Tabel 4.38 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Minat80

Tabel 4.39 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Minat Emosi81

Tabel 4.40 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Minat Emosi82

Tabel 4.41 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Minat Konasi82

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Logo Detik.com	40
Gambar 4.2 Halaman Depan Detik.com	41
Gambar 4.3 Logo GoJek	42

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	92
Lampiran 2 Data Pra Kuesioner.....	97
Lampiran 3 Data Kuesioner Variabel X	99
Lampiran 4 Data Kuesioner Variabel Y.....	103
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	105
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas	107
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas	108
Lampiran 8 Hasil Uji Linearitas	110
Lampiran 9 Hasil Uji Korelasi	112
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	114
Lampiran 11 Artikel 1	116
Lampiran 12 Artikel 2	117
Lampiran 13 Artikel 3	118
Lampiran 14 Artikel 4	119
Lampiran 15 Artikel 5	120

