



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.

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

Priscilla Prima

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

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jakarta

2016



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.I.P., 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





I. Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi informasi yang saat ini terus berkembang saat ini banyak memberikan timbal balik yang positif. Informasi pemahaman tentang realitas kehidupan dapat tersebar luas terutama melalui media massa cetak, elektronik, dan tak terkecuali internet. Media massa sendiri memiliki kemampuan untuk membangun pencitraan dalam benak masyarakat serta membentuk pendapat mereka. Media melalui isi pesan melaksanakan strategi pembingkai, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain dalam memandang kenyataan. Isi pesan media massa sangat tergantung pada ekonomi mereka serta kepentingan ideologis mereka. Media massa yang berkembang sangat pesat adalah media massa baru yang meliputi media sosial dan media online, seperti TV *online*, radio streaming dan media cetak yang diubah dalam format digital atau biasa disebut dengan situs berita *online*.

Kekhasan situs berita *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Kehadiran situs berita *online* di Indonesia pertama kali diusung oleh Harian Republika pada 17 Agustus 1994 yang mendirikan Republika Online, kemudian menyusul majalah Tempo yang mendirikan tempointeraktif.com pada tahun 1996. Sejak saat itu situs berita *online* terus bermunculan, namun ada satu situs yang menonjol yaitu Detik.com yang muncul pada 9 Juli 1998 dan tidak ada satupun media cetak yang menaunginya. Tanpa dukungan media cetak, Detik.com mengenalkan berita yang ringkas *to the point* dan mengusung kecepatan dalam menyebarkan berita yang membuat Detik.com menjadi salah satu situs berita yang banyak diakses untuk mendapatkan informasi.

Keunggulan situs berita *online* adalah informasi atau berita bersifat *up to date, real time*, dan praktis. Sama seperti televisi ataupun surat kabar, situs berita *online* juga membahas berbagai macam aspek informasi yang bersangkutan dengan kehidupan para masyarakat dan berbagai fenomena yang menyeruak di kehidupan masyarakat. Salah satu yang tengah ramai menjadi pembahasan terkini di masyarakat adalah transportasi umum berbasis aplikasi online untuk *smartphone Android*, yaitu GoJek. Di detik.com sendiri terdapat 672 dokumen berita informasi yang berisikan tentang GoJek.

PT Gojek Indonesia sebagai perusahaan pertama yang menggagas jasa transportasi ojek online mampu merebut pangsa pasar, terbukti hanya dalam kurun waktu tiga bulan layanan GoJek telah diunduh sebanyak 100.000 kali. Pada Januari 2015, aplikasi ini diunduh 32.360 kali, pada Februari 81.843 kali dan Maret 131.795 kali.

Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan GoJek sebagai ojek online adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek online lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek. Pelanggan juga merasa aman karena GoJek ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar dengan *driver*.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membangun pencitraan dalam benak masyarakat serta membentuk pendapat mereka. Media melalui isi

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



pesan melaksanakan strategi pembiasaan, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain dalam memandang kenyataan. Isi pesan media massa sangat tergantung pada ekonomi mereka serta kepentingan ideologis mereka.

Isi pesan media massa secara tidak langsung dapat mendorong munculnya minat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk tingkah laku yang berorientasi pada objek, kegiatan atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan individu yang lain tidak sama intensifnya.

Minat diartikan pula sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu masalah ataupun suatu situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukannya dengan sadar serta diikuti rasa senang. Minat adalah sambutan yang sadar, jika tidak demikian maka minat tersebut tidak mempunyai nilai sama sekali. Minat memiliki beberapa unsur. Unsur minat terbagi menjadi tiga yaitu, kognisi, emosi, konasi. Unsur kognisi, untuk mengenal objek yang akan mempengaruhi minat. Unsur emosi, melibatkan perasaan tertentu, biasanya perasaan senang. Unsur konasi merupakan kemauan untuk melakukan suatu kegiatan.

Penelitian ini diawali dengan menggunakan Teori S-O-R yang mendasari bahwa manusia adalah makhluk yang aktif dalam mencari informasi dan memilih menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya atas suatu informasi. Kemudian isi dari informasi yang ada dinilai oleh organisme yang menggunakan media itu sendiri menjadi dasar untuk berperilaku. Hal tersebut berdasarkan teori S-O-R, di mana teori ini menekankan adanya reaksi karena aksi yang diciptakan. Dimana minat penggunaan GoJek merupakan suatu reaksi yang dapat muncul karena adanya proses memaknai informasi yang disajikan oleh media yang telah dipilih, yaitu Detik.com.

B. Masalah Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah peneliti bahas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah : “Apakah ada pengaruh persepsi akan pemberitaan GoJek terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh pemberitaan GoJek terhadap minat menggunakan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ?
2. Seberapa besar pengaruh dari pemberitaan GoJek terhadap unsur minat kognisi yang menyebabkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie menggunakan jasa GoJek ?
3. Seberapa besar pengaruh dari pemberitaan GoJek terhadap unsur minat emosi yang menyebabkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie menggunakan jasa GoJek ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh akan pemberitaan GoJek di media online terhadap minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat kognisi



- mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat emosi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
 4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberitaan GoJek terhadap unsur minat konasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.

1) Manfaat Akademis :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi serta memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan secara umum bagi semua pihak yang berminat pada bidang *Broadcast*, khususnya mengenai situs berita *online* dan memberikan manfaat bagi pengembangan studi mata kuliah Komunikasi Massa khususnya untuk memperdalam Teori Agenda Setting, serta sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dalam menganalisis kasus-kasus yang berhubungan dengan pembentukan isi pesan media khususnya bagi mahasiswa atau peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak situs berita *online* untuk meningkatkan kualitas pemberitaan agar dapat mengetahui bagaimana pengaruh suatu pemberitaan terhadap persepsi masyarakat dan terus memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang kebenarannya masih harus diuji secara empirik. Dalam langkah-langkah penelitian, hipotesis merupakan kesimpulan teoritik yang diperoleh dari kajian pustaka. Jadi hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya karena hipotesis dapat diterima atau ditolak. Diterima apabila hasil penelitian membenarkan kenyataan, ditolak apabila hasil penelitian menyangkal kenyataan.

Didalam penelitian tentang Pengaruh pemberitaan Gojek di media online Detik.com terhadap minat pengguna di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie mempunyai hipotesis “Semakin baik pemberitaan Gojek di Detik.com maka akan semakin bertambah minat mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan jasa GoJek”, maka hipotesis penelitiannya adalah :

- H_0 = Tidak ada pengaruh pemberitaan GoJek di Detik.com terhadap minat menggunakan jasa GoJek di kalangan mahasiswa Kwik Kian Gie
 H_a = Ada ada pengaruh pemberitaan GoJek di Detik.com terhadap minat menggunakan jasa GoJek di kalangan mahasiswa Kwik Kian Gie

I. Metode Penelitian

A. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis metode survei eksplanatif asosiatif, dimana peneliti harus membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan pengaruh hubungan antara variabel yang diteliti. Alasan menggunakan penelitian kuantitatif adalah untuk mengukur secara objektif terhadap fenomena sosial yang terjadi seperti hadirnya media online dengan berbagai informasi yang telah menciptakan perubahan dalam kehidupan kita. Penelitian kuantitatif juga merupakan bentuk penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang sedang terjadi di

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.



sekitar kita. Untuk melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial ini, dapat dilakukan dengan menjabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang di tentukan, di ukur berdasarkan angka dari jumlah responden sebagai kategori yang dapat memberikan informasi seputar variabel dalam penelitian ini.

Menurut Abidin (2015:25-26), penelitian kuantitatif adalah proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Penelitian tersebut berlandaskan pada filsafat positivisme yang menekankan pada fenomena objektivitas desain penelitian dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik stuktur, dan percobaan terkontrol. Dalam penelitian kuantitatif, teori merupakan panduan arah penelitian dan sumber bagi pengajuan hipotesis. Teori menjadi premis-premis dasar yang menjadi landasan penyusunan kerangka pemikiran. Kerangka berpikir menjadi landasan bagi peneliti untuk mengajukan dugaan kebenaran hipotesis.

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengetahui gambaran umum karakteristik dari mahasiswa Kwik Kian Gie School Of Business jurusan Ilmu Komunikasi sebagai populasi, sehingga dapat memperoleh informasi berupa opini sehubungan dengan topik penelitian ini. Survei (*survey research*) merupakan bentuk pengumpulan data yang menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada sekelompok orang (West & Turner, 2008 : 79). Respon yang diberikan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan mengenai keseluruhan kategori orang-orang yang diwakili oleh responden.

Metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Karakter utama metode survei adalah adanya batasan populasi yang direpresentasikan oleh sampel. dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. (Effendi, 2012 : 3).

Ciri-ciri metode survei yaitu, pertama, dipakai pada sampel yang mewakili populasi, khususnya *probabilistic sampling*. Ciri yang kedua adalah tanggapan (respon) didapatkan secara langsung dari responden. Ciri yang ketiga adalah lebih disukai jika ingin ditarik kesimpulan dari sampel, karena metode survei biasanya dipakai pada sampel yang mewakili populasi. Penggunaan survei melibatkan banyak responden, dan mencakup area yang lebih luas dibandingkan metode lainnya. Ciri yang terakhir adalah survei dilakukan dalam situasi yang alamiah. Biasanya responden dikunjungi secara langsung untuk meminta informasi. (Gulo, 2000 : 118).

Proses pengukuran adalah bagian yang penting dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Pada pendekatan kuantitatif, peneliti harus objektif dengan melakukan pengujian menggunakan alat uji yang sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas. Penggunaan sampel yang benar sangat menentukan kualitas riset karena proses pengumpulan dan analisis data bersifat sangat rinci dan terstruktur.

Pendekatan eksplanatif digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, periset ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Survei eksplanatif terbagi menjadi dua sifat, komparatif dan asosiatif.



Komparatif itu digunakan untuk membandingkan atau komparasi antara variabel. Sedangkan asosiatif digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian, karena variabel bertujuan sebagai landasan mempersiapkan alat dan metode pengumpulan data, dan sebagai alat menguji hipotesis. Itulah sebabnya, sebuah variabel harus dapat diamati dan dapat diukur dalam penelitian ini.

Menurut Hasan (2002:17), variabel adalah konsep yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai-nilai dalam bentuk bilangan, atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih yang dapat berubah-ubah. Variabel dapat dibedakan oleh variabel Bebas (*Independent Variable*) dan variabel Terikat (*Dependent Variable*).

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pemicu dari variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah berita tentang GoJek di Detik.com, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah minat penggunaan jasa GoJek di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
Pemberitaan GoJek (Variabel X)	Nilai Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Significant</i>, penting atau tidak sebuah berita. 2. <i>Magnitude</i>, berdampak luas bagi masyarakat. 3. <i>Timeliness</i>, kebaruan berita. 4. <i>Proximity</i>, kedekatan lokasi. 5. <i>Prominance</i>, penokohan. 6. <i>Human Interest</i>, mempengaruhi perasaan masyarakat. 	LIKERT
Minat menggunakan (Variabel Y)	Unsur Minat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kognisi, pengenalan individu terhadap objek. 2. Emosi, melibatkan perasaan dan indera individu 	LIKERT



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		3. Konasi, adanya kemauan dan hasrat individu untuk terlibat dengan objek berdasarkan pengalaman.	
--	--	---	--

C. Teknik Analisis Data

1. Skala Likert
2. Uji Validitas
3. Uji Reliabilitas
4. Uji Normalitas
5. Uji Linieritas
6. Uji Korelasi Pearson
7. Uji Regresi Linier Sederhana

II. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menyampaikan informasi yang telah diteliti dalam bentuk fakta-fakta setelah penelitian dilaksanakan serta keadaan dan kondisi yang terjadi ketika penelitian itu berlangsung.

Berdasarkan analisis di atas, maka hasil penelitian yang di dapat dari penelitian “Pengaruh Persepsi Pemberitaan Gojek Di Detik.Com Terhadap Minat Menggunakan Jasa Gojek Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penyebaran 132 kuesioner, terlihat bahwa mahasiswa yang sering menggunakan Gojek adalah mahasiswa berjenis kelamin wanita pada angkatan 2013.
2. Hasil uji validitas menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r kritis sebesar 0,30. Dengan demikian setiap butir pernyataan kuesioner pada variabel X (pemberitaan Gojek) dan variabel Y (minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek baik secara kognisi, emosi dan konasi) telah memenuhi syarat validitas dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.
3. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha yang lebih besar dari 0,60. Di mana r hitung variabel X sebesar 0,775 dan r hitung variabel Y sebesar 0,815 yang menunjukkan lebih besar dari 0,60. Dengan demikian setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur pemberitaan Gojek dan minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek sudah tepat karena memenuhi syarat reliabilitas.
4. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha yang lebih besar dari 0,60. Di mana r hitung variabel X sebesar 0,775 dan r hitung variabel Y sebesar 0,815 yang menunjukkan lebih besar dari 0,60. Dengan demikian setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur pemberitaan Gojek dan minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek sudah tepat karena memenuhi syarat reliabilitas.
5. Hasil uji normalitas, diketahui bahwa data pada model regresi telah berdistribusi normal, dengan nilai signifikan > 0,05. Hasil output ini sesuai dengan teori yang mengatakan

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- bahwa model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai yang berdistribusi normal
6. Hasil uji linieritas (ANOVA *table*) menunjukkan nilai signifikansi pada *linearity* lebih kecil dari 0,05, sehingga dikatakan bahwa model regresi tersebut linier.
 7. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi (r) antara variabel pemberitaan Gojek (X) dan variabel minat mahasiswa (Y) adalah 0,427. Maka dapat dikatakan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan arah hubungannya adalah positif karena nilai korelasi (r) yang didapat positif.
 8. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi (r) antara variabel pemberitaan Gojek (X) dan variabel minat kognisi (Y) adalah 0,271. Maka dapat dikatakan bahwa terjadi hubungan yang rendah antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan arah hubungannya adalah positif karena nilai korelasi (r) yang didapat positif.
 9. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi (r) antara variabel pemberitaan Gojek (X) dan variabel minat emosi (Y) adalah 0,402. Maka dapat dikatakan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan arah hubungannya adalah positif karena nilai korelasi (r) yang didapat positif.
 10. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi (r) antara variabel pemberitaan Gojek (X) dan variabel minat konasi (Y) adalah 0,277. Maka dapat dikatakan bahwa terjadi hubungan yang rendah antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan arah hubungannya adalah positif karena nilai korelasi (r) yang didapat positif.
 11. Dari tabel 4.17, dapat diketahui bahwa variabel pemberitaan Gojek memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel pemberitaan Gojek di media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
 12. Dari tabel 4.23, dapat diketahui bahwa variabel pemberitaan Gojek memiliki nilai sig. sebesar $0,002 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel pemberitaan Gojek di media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat kognisi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
 13. Dari tabel 4.29, dapat diketahui bahwa variabel pemberitaan Gojek memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel pemberitaan Gojek di media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat emosi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
 14. Dari tabel 4.35, dapat diketahui bahwa variabel pemberitaan Gojek memiliki nilai sig. sebesar $0,001 < \text{nilai } \alpha (0,05)$ yang berarti bahwa variabel pemberitaan Gojek di media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat konasi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakannya.
 15. Dari tabel 4.18, dapat diketahui bahwa minat mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 18,3%, sedangkan sisanya 81,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
 16. Dari tabel 4.24, dapat diketahui bahwa minat kognisi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 7,3%, sedangkan sisanya 92,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
 17. Dari tabel 4.30, dapat diketahui bahwa minat emosi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 16,2%, sedangkan sisanya 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain.
 18. Dari tabel 4.36, dapat diketahui bahwa minat konasi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 7,7%, sedangkan sisanya 92,3% dipengaruhi oleh variabel lain.
 19. Pemberitaan Gojek di media online lebih berpengaruh terhadap minat emosi dibanding minat kognisi dan minat konasi.
 20. Variabel pemberitaan Gojek diperoleh skor rata-rata sebesar 3,861 yang berada pada rentang setuju, sehingga dapat dikatakan pemberitaan yang telah dilakukan oleh pihak Gojek telah berjalan dengan baik.

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



21. Variabel minat mahasiswa, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,713 yang berada pada rentang setuju, sehingga dapat dikatakan minat mahasiswa dalam menggunakan Gojek termasuk pada level tinggi.
22. Variabel minat kognisi mahasiswa, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,843 yang berada pada rentang setuju, sehingga dapat dikatakan minat kognisi mahasiswa dalam menggunakan Gojek termasuk pada level tinggi.
23. Variabel minat emosi mahasiswa, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,601 yang berada pada rentang setuju, sehingga dapat dikatakan minat emosi mahasiswa dalam menggunakan Gojek termasuk pada level tinggi.
24. Variabel minat konasi mahasiswa, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,746 yang berada pada rentang setuju, sehingga dapat dikatakan minat konasi mahasiswa dalam menggunakan Gojek termasuk pada level tinggi.

III. Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan untuk menjawab batasan-batasan masalah penelitian yang ingin diteliti, sebagai berikut:

1. Minat mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 18,3%, sedangkan sisanya 81,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Minat kognisi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 7,3%, sedangkan sisanya 92,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Minat emosi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 16,2%, sedangkan sisanya 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Minat konasi mahasiswa Kwik Kian Gie untuk menggunakan Gojek dipengaruhi oleh pemberitaan dari Gojek di media online sebesar 7,7%, sedangkan sisanya 92,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Perusahaan Gojek Indonesia harus mempertahankan dan meningkatkan pemberitaan Gojek yang dimiliki agar lebih banyak masyarakat yang berminat untuk menggunakan Gojek sebagai sarana transportasi, pengiriman barang, dan lain sebagainya.
 - b. Perusahaan Gojek Indonesia perlu menghapus peraturan pengaturan jarak antar, karena banyak konsumen Gojek yang merasa kecewa terhadap driver Gojek yang hanya mau antar jemput pada jarak dekat saja yaitu 5KM, sedangkan untuk jarak tempuh jauh konsumen sering kali mengalami kendala untuk mendapatkan driver yang bersedia.
 - c. Perusahaan Gojek Indonesia perlu menerapkan sistem pemilihan driver otomatis dalam radius 2 KM, seperti yang telah diterapkan oleh kompetitor yaitu UBER, sehingga driver tidak bisa melakukan pembatalan terhadap orderan dikarenakan jarak tempuh yang jauh. Selain itu Perusahaan Gojek Indonesia perlu memberikan sistem bonus bagi driver yang bersedia melakukan antar jemput jarak tempuh jauh.
2. Bagi penelitian selanjutnya, variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terbatas pada pemberitaan Gojek melalui media online, minat mahasiswa yang terdiri dari minat kognitif dan afektif. Sampel yang digunakan juga kurang tepat dalam penelitian ini, karena sampel *non-probability* tidak sesuai untuk penggunaan uji Regresi.



Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain sehingga penelitian menjadi lebih kompleks dan menggunakan sampel yang sesuai sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik.

IV. Ucapan Terima Kasih

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.

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.

2. Bapak Deavvy M.R.Y.Johassan, S.Sos.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. 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.

4. 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.

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

6. 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.

IV. Daftar Pustaka

Buku

Baran, Stanley J & Dennis K. Davis (2010), *Teori Komunikasi Massa : Dasar,*

Pergolakan, dan Masa Depan, Jakarta: Salemba Humanika

Cangara, Hafied (2014), *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, Cetakan ke-2, Jakarta: PT Rajawali Pers.

Effendi, Sofian (2012), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

Heri, P. (2000), *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta : EGC.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan melewatkan sumbernya.
a. Pengutipannya 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.



Iskandar (2008), *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Group.

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

Kusumaningrat, Hikmat & Purnama Kusumaningrat (2006), *Jurnalistik Teori & Praktik*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rakhat, Jalaluddin (2007), *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Santana, Septiawan (2005), *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia

Siregar, Syofian (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sobur, Alex (2003), *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia

Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Bandung: Alfabeta.

Sujanto, Agus (2014), *Psikologi Kepribadian*, Jakarta : Bumi Aksara

West, Richard & Lynn H. Turner (2010), *Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*, Jakarta : Salemba Humanika

Yanus, Syarifudin (2010), *Jurnalistik Terapan*, Bogor : Ghalia Indonesia

Internet

Elia Muara Kasih Sihombing, 2016, *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ulang GoJek*, diakses 11 Juni 2016,
<http://digilib.esaunggul.ac.id/pengaruh-persepsi-risiko-persepsi-manfaat-dan-persepsi-kemudahan-terhadap-minat-penggunaan-ulang-gojek-6916.html>

Laras Sekar Seruni, Ringkasan Teori Komunikasi Massa: Perbandingan Media Baru dan Media Lama, diakses 30 April 2016,
http://www.academia.edu/9530356/Media_Lama_dan_Media_Baru

Romel Tea, 2014, Media Online: Pengertian dan Karakteristik, diakses 17 April 2016,
<http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-online-pengertian-dan.html>

Sri Rejeki, 2015, *Pemanfaatan Aplikasi GoJek Dalam Melayani Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi GoJek di Jakarta Selatan)*, diakses 22 Maret 2016,
http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/Isi_cover_939854456759.pdf

Sui Wen, 2016, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Promosi Terhadap*



Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Grabbike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Esa Unggul), diakses 7 Juli 2016,
<http://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-201211039/7063>

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Skripsi

Raharja, Ivan. (2015), Skripsi: *Hubungan Antara Minat Mengikuti Organisasi Himpunan Kemahasiswaan dan Konformitas di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.

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.