



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH PEMBERITAAN TRANSPORTASI
ONLINE DI MEDIA DARING TERHADAP
PERSEPSI MAHASISWA PENGGUNA GO-JEK
(Survei terhadap mahasiswa pengguna jasa Go-Jek
di Tangerang)**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Steven Nugraha

13140110206

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Januari 2018



(Steven Nugraha)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Pemberitaan Transportasi *Online* di Media Daring terhadap Persepsi

Mahasiswa Pengguna Go-Jek

(Survei terhadap mahasiswa pengguna jasa Go-Jek di Tangerang)

oleh

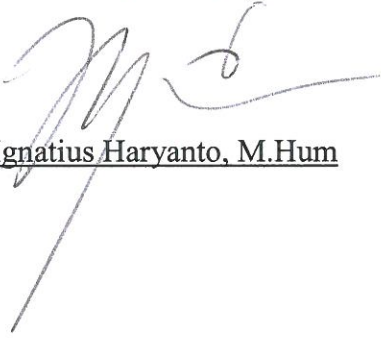
Steven Nugraha

telah diujikan pada hari Jumat, tanggal 2 Februari 2018,

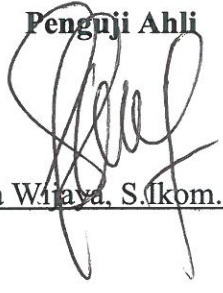
pukul 14.30 s.d. 16.00 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang


Ignatius Haryanto, M.Hum

Penguji Ahli

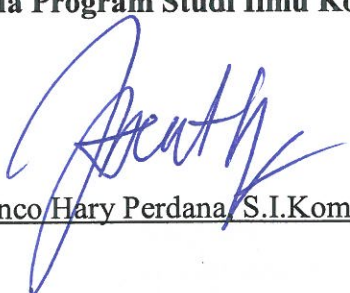

Lupita Wiraya, S.Ikom., M. A.

Dosen Pembimbing

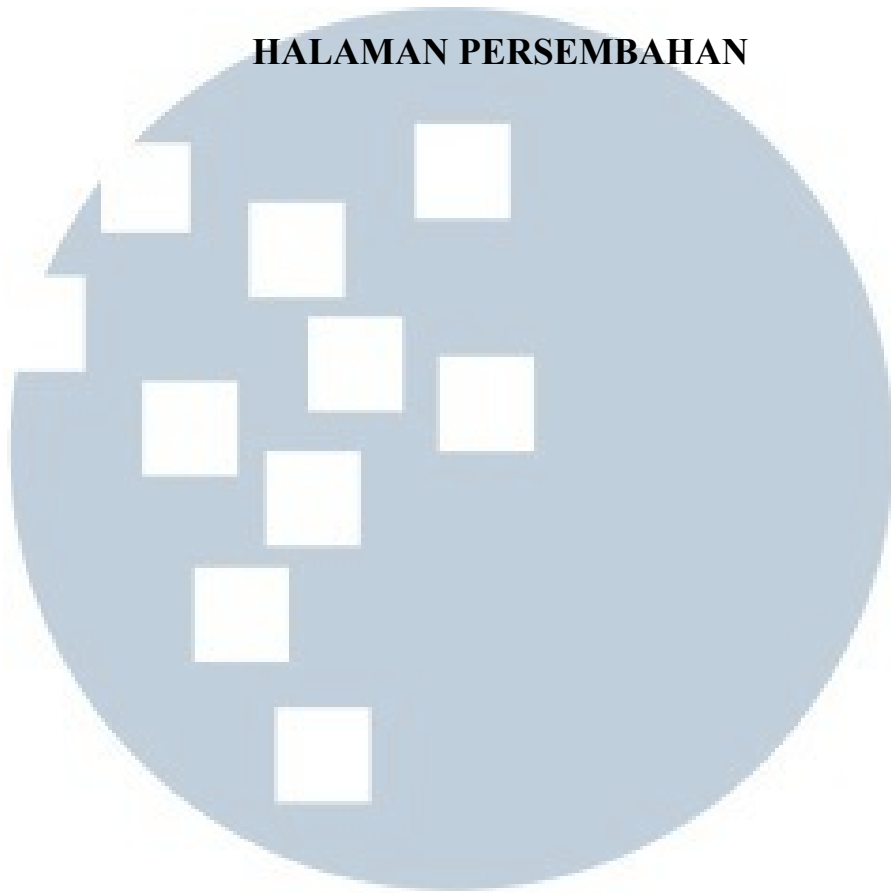

Cherry Kartika, S.IP, M.Ikom

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMN

*“Aku telah mengakhiri pertandingan yang baik,
aku telah mencapai garis akhir dan aku telah
memelihara iman.” – 2 Timotius 4:7*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

*Karya ini saya persembahkan untuk orang tua,
keluarga dan teman-teman yang selalu mendukung
dan menyayangi saya dengan kasih.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas penyertaannya selama ini. Berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul Pengaruh Pemberitaan Transportasi *Online* di Media Daring terhadap Persepsi Mahasiswa Pengguna Go-Jek.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari hambatan dan kesulitan namun penulis juga mendapatkan banyak sekali dorongan dari orang-orang terdekat.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mempergunakan kesempatan untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terus mendukung penulis untuk menyelesaikan karya ini tepat waktu. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

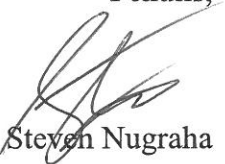
1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara, yang memberi inspirasi bagi penulis untuk berprestasi,
2. Ibu Cherry Kartika, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.
3. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UMN, Bapak Bapak Inco Hary Perdana karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen-dosen Universitas Multimedia Nusantara yang telah mendidik dan membekali berbagai ilmu kepada penulis.
5. Kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dorongan baik moril, materiil, dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Laura Permana, atas segala perhatian, pengertian, dan dukungannya.

7. Kepada semua teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih untuk semua pihak di atas. Penulis berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan referensi, khususnya terkait pengaruh pemberitaan media daring terhadap persepsi khalayaknya.

Tangerang, 20 Januari 2018

Penulis,



Steven Nugraha

PENGARUH PEMBERITAAN TRANSPORTASI *ONLINE* DI MEDIA DARING TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA PENGGUNA GO-JEK

(Survei terhadap mahasiswa pengguna jasa Go-Jek di Tangerang)

ABSTRAK

Oleh: Steven Nugraha

13140110206

Perubahan sikap atau perilaku khalayak dapat dipengaruhi oleh konten dari sebuah media. Salah satu media yang dapat memengaruhi sikap khalayak adalah media daring. Dengan menggunakan layanan internet semua orang bisa mengakses sebuah siaran televisi melalui telepon pintar yang dimilikinya. Sehingga media daring pun memberikan inovasi yang jauh lebih menarik dari media konvensional lainnya. Maka dari itu, perlu diketahui dampak yang ditimbulkan oleh media daring, sehingga nantinya kita bisa mengantisipasi hal-hal yang kemungkinan terjadi akibat dari pengaruh media itu sendiri

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pemberitaan transportasi *online* di media daring terhadap persepsi mahasiswa pengguna layanan Go-Jek, serta mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Penelitian ini juga didasarkan pada teori media massa, sifat berita, dan proses pembentukan persepsi. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model eksplanatif dengan jenis data kuantitatif. Instrumen penelitian ini yaitu studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini yaitu 100 mahasiswa di Tangerang kota yang sering menggunakan layanan Go-Jek.

Dari hasil penelitian, didapat sebesar 91,3% dari Persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek yang terbentuk akibat pengaruh dari pemberitaan transportasi *online* di media daring. Sedangkan sisanya, yaitu 8,7% (100% - 91,3%) persepsi pengguna dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya. Dalam kasus diatas berarti faktor-faktor lain yang mempengaruhi Persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek yang diprediksi semakin mengecil. Dengan demikian nilai-nilai pemberitaan media daring yang ada, yaitu *timeliness*, *proximity*, *size* dan *importance* memiliki peran yang penting dan dampak yang besar dalam sebuah media daring.

Kata kunci: *Pemberitaan, media daring, media baru, transportasi online, Go-Jek.*

PENGARUH PEMBERITAAN TRANSPORTASI *ONLINE* DI MEDIA DARING TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA PENGUNA GO-JEK

(Survei terhadap mahasiswa pengguna jasa Go-Jek di Tangerang)

ABSTRACT

By: Steven Nugraha

13140110206

Changes in attitudes or behaviour of audiences may be affected by the content of a media. One of the media that can affect audience attitudes is the online media. By using internet service everyone can access a television broadcast via the smart phone they had. So that online media also provide innovation that is much more interesting than other conventional media. Therefore, please note the impact caused by the media online, so that later we can anticipate the things that may occur due to the impact of the media itself.

The purpose of this thesis is to find out whether there is impact between the news about online transportation in the online media on the perceptions of students who use Go-Jek services, as well as to know how much the impact is. This research is also based on media theory, the nature of news, and the process of perception formation. The model used in this research is an explanative model with quantitative data types. The instrument of this research is literature study and spreading of questionnaire. Respondents in this research are 100 students in Tangerang city that often use Go-Jek service.

From the results of the research, obtained 91.3% of the perceptions of students who use Go-Jek formed due to the impact of coverage of online transport in the online media. While the rest, is 8.7% (100% - 91.3%) user perception is influenced by other causal factors. In the above case means other factors that affect the perception of students of predicted Go-Jek users are getting reduced. Thus the values of existing online media coverage, namely timeliness, proximity, size and importance have an important role and great impact in an online media.

Key word: News, online media, new media, online transportation, Go-Jek.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
 BAB II KERANGKA TEORI	 12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Teori S-O-R	21
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.2.1 Komunikasi Massa	23
2.3.1 New Media	28
2.3.2 Media Massa	29
2.3.3 Berita	30

2.3.3.1	Jenis-Jenis Berita.....	30
2.3.3.2	Ragam Berita.....	31
2.3.3.3	Sifat Berita	32
2.3.4	Persepsi	35
2.3.4.1	Definisi Persepsi	35
2.3.4.2	Proses Terbentuknya Persepsi.....	36
2.3.4.3	Faktor-faktor yang memengaruhi Persepsi	41
2.4	Hipotesis Penelitian	43
2.4.1	Hipotesis Penelitian	43
2.4.2	Hipotesis Statistik	43
2.5	Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Paradigma Penelitian	45
3.2	Sifat dan Jenis Penelitian	45
3.3	Metode Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampling.....	46
3.4.1	Populasi.....	46
3.4.2	Sampel.....	47
3.5	Definisi dan Operasional Variabel.....	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.1	Data Primer.....	53
3.6.2	Data Sekunder.....	54
3.7	Teknik Pengukuran Data.....	55
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.8.1	Uji Normalitas	63
3.8	Teknik Analisis Data.....	64
3.8.3	Uji Koefisien Determinan (R^2)	67
3.8.4	Uji Regresi Sederhana	67
3.8.5	Uji Hipotesis	68

BAB IV PEMBAHASAN	69
4.1 Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Sejarah Singkat Go-Jek.....	69
4.1.2 Produk Go-Jek Indonesia.....	71
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Data Kuesioner.....	74
4.2.1.1 Gambaran Umum Responden.....	75
4.3 Analisis Data Penelitian.....	79
4.3.1 Pemberitaan transportasi <i>online</i> di media daring.....	81
4.3.2 Persepsi mahasiswa pengguna Go-Jek.....	95
4.4 Hasil Pengujian Instrumen.....	115
4.4.1 Uji Korelasi.....	115
4.4.2 Uji Regresi	117
4.4.3 Uji Hipotesis	119
4.5 Pembahasan.....	121
 BAB V SIMPULAN & SARAN	 123
5.1 Simpulan	123
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Akademis	124
5.2.2 Saran Praktis	125
 DAFTAR PUSTAKA	 126
 LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	5
Gambar 1.2	Berita kericuhan antar transportasi <i>online</i> dan konvensional di media daring	6
Gambar 1.3	Berita kericuhan antar transportasi <i>online</i> dan konvensional di media daring	8
Gambar 4.1	Nadiem Makarim Dalam Forbes	69
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Gambar 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 1	82
Gambar 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 2	83
Gambar 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 3	84
Gambar 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 4	85
Gambar 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 5	86
Gambar 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 6	87
Gambar 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 7	88
Gambar 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 8	89
Gambar 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 9	90
Gambar 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 10	91
Gambar 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 11	92
Gambar 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 12	93
Gambar 4.15	Rata-rata Variabel Pemberitaan	94
Gambar 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 13	96
Gambar 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 14	97
Gambar 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 15	98

Gambar 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 16.....	99
Gambar 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 17.....	100
Gambar 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 18.....	101
Gambar 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 19.....	102
Gambar 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 20.....	103
Gambar 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 21.....	104
Gambar 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 22.....	105
Gambar 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 23.....	106
Gambar 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 24.....	107
Gambar 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 25.....	108
Gambar 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 26.....	109
Gambar 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 27.....	110
Gambar 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 28.....	111
Gambar 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 29.....	112
Gambar 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 30.....	113
Gambar 4.34 Rata-rata Variabel Persepsi	115

U I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.5	Operasional Variabel X (Pemberitaan Media Daring).....	51
Tabel 3.6	Operasional Variabel Y (Persepsi).....	52
Tabel 3.7	Tabel Skala Pengukuran	56
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas (X)	58
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas (Y)	59
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas (X)	62
Tabel 3.11	Hasil Uji Reliabilitas (Y)	63
Tabel 3.12	One-Sample Kolomogorov-Smirnov Test	64
Tabel 3.13	Kriteria Penilaian	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Media Daring	77
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Media Daring	78
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Go-Jek	78
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Go-Jek	79
Tabel 4.6	Kriteria Penelitian	81
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 1	82
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 2	83

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 3.....	84
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 4.....	85
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 5.....	86
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 6.....	87
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 7.....	88
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 8.....	89
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 9.....	90
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 10.....	91
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 11.....	92
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 12.....	93
Tabel 4.19	Data Variabel Pemberitaan	94
Tabel 4.20	Kriteria Penilaian	95
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 13.....	96
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 14.....	97
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 15.....	98
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 16.....	99
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 17.....	100
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 18.....	101
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 19.....	102
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 20.....	103
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 21.....	104
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 22.....	105
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 23.....	106
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 24.....	107

Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 25.....	108
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 26.....	109
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 27.....	110
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 28.....	111
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 29.....	112
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Nomor 30.....	113
Tabel 4.39	Data Variabel Persepsi	114
Tabel 4.40	Korelasi Sederhana	116
Tabel 4.41	Regresi Sederhana.....	117
Tabel 4.42	Coefficients.....	118

