

**ANALISIS PEMBERITAAN GO-JEK DAN GRABBIKE DI
MASA AWAL PELUNCURAN JASA TRANSPORTASI
*ONLINE***

(Studi pada Pemberitaan di *Kompas.com*)

TUGAS AKHIR



STELLA FELLICIA PERSULESSY

1121003006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

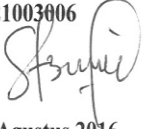
UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Stella Fellicia Persulesy
NIM : 1121003006
Tanda Tangan : 
Tanggal : 19 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Stella Fellicia Persulesy
NIM : 1121003006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pemberitaan Go-Jek dan GrabBike di Masa Awal
Peluncuran Jasa Transportasi *Online* (Studi pada
Pemberitaan di *Kompas.com*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac



Penguji 1 : Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos, M.Si



Penguji 2 : Aryo Subarkah, S. Sos, M. Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2016

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa atas selesainya penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pemberitaan Go-Jek dan GrabBike di Masa Awal Peluncuran Jasa Transportasi *Online* (Studi pada Pemberitaan di *Kompas.com*). Selama proses penyusunan skripsi, penulis dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan yang menghadang. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa dan Mama

Terima kasih karena telah menjadi papa dan mama yang luarbiasa. Tanpa doa papa dan mama, saya bukan apa-apa. Terima kasih untuk dukungannya, sehingga sesulit apapun tantangan yang dihadapi, saya tetap semangat untuk menjalaninya. Terima kasih juga karena mengasihi saya tanpa syarat. Saya sangat mengasihi papa dan mama.

2. Bernadus Hukom

Terima kasih karena setiap hari selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih untuk perhatian, pengertian, dan sikap penuh kasih yang selalu diberikan, sehingga saya tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini. Saya sangat mengasihi mu Nyuk dan akan selalu begitu.

3. Ibu Mirana Hanathasia

Terima kasih karena telah menerima saya sebagai anak bimbingan skripsi ibu. Terima kasih telah memberikan pencerahan atas topik skripsi yang harus saya teliti. Terima kasih atas bimbingannya yang sangat kooperatif dengan hasil diskusi yang selalu membangun buat saya. Terima kasih karena telah banyak memberikan saya ilmu dan pengalaman tentang dunia *Public Relations* dan menjadi *role model* dosen untuk saya kelak.

4. Mas Aryo Subarkah

Terima kasih karena telah menjadi dosen penguji saya yang mengayomi dan membangun bukan mengintimidasi. Terima kasih karena telah memberikan banyak saran terkait teori yang saya gunakan dalam skripsi.

5. Ibu Tuti Widiastuti

Terima kasih telah menjadi dosen penguji saya yang sangat kooperatif, yang memberikan masukan-masukan yang membangun, dan tidak mengintimidasi. Terima kasih atas perhatian dan kasih yang diberikan selama masa perkuliahan saya.

6. Mas Heru Margianto

Terima kasih karena telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di *Kompas.com*. Terima kasih karena telah memudahkan saya melakukan wawancara bersama beberapa reporter *Kompas.com*. Terima kasih karena sangat kooperatif dalam wawancara yang saya lakukan.

7. Mas Oik Yusuf, Mas Reska K. Nistanto, dan Mba Kurnia S. Aziza

Terima kasih banyak atas waktu dan kesempatan yang diberikan sehingga saya dapat melakukan wawancara. Terima kasih karena sangat kooperatif dalam proses wawancara tersebut.

8. Miss Dian Putri

Terima kasih karena telah menjadi dosen pembimbing akademik saya yang penuh perhatian dan dukungan selama masa perkuliahan saya.

9. Ibu Suharyanti

Terima kasih telah menjadi sosok kaprodi yang sangat kooperatif, yang selalu memberikan dukungan terbaik untuk kebaikan dan kemajuan saya selama masa perkuliahan.

10. Komsel AMORE

Terima kasih untuk doa, perhatian, pengertian, dan kasih yang sangat luarbiasa untuk saya. Sungguh, kalian bukanlah teman atau sekedar komsel biasa, tetapi kalian adalah keluarga yang saya temukan di Jakarta. Terima kasih telah belajar menerima saya dan mengasihi saya apa adanya. Saya sangat mengasihi kalian semua – My AMORE.

11. PR 2012

Delapan mungkin adalah jumlah yang kecil, tapi buat saya delapan orang dalam peminatan PR 2012 sangat berarti selama masa perkuliahan saya. Terima kasih atas kasih, perhatian, dan pengertian PR 2012 untuk saya. Terima kasih telah menjadi sosok teman-teman terbaik yang tidak menjatuhkan tetapi selalu saling mendukung satu sama lain dan selalu saling mengingatkan jika memang ada kesalahan yang diperbuat. Saya mengasihi PR 2012.

12. ILKOM 2012

Sungguh kalian adalah teman-teman yang sangat menyenangkan, baik, perhatian, pengertian, dan penuh kasih. Terima kasih karena telah membantu membentuk karakter saya menjadi lebih baik lagi. Masa perkuliahan saya menjadi sangat berarti dan menyenangkan karena menjadi bagian dari ILKOM 2012. ILMOM 2012 akan selalu di hati dan terkenang selamanya.

Akhir kata, penulis percaya bahwa Tuhan Yang Maha Esa akan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 19 Agustus 2016

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stella Fellicia Persulesy
NIM : 1121003006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS PEMBERITAAN GO-JEK DAN GRABBIKE DI MASA AWAL
PELUNCURAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* (STUDI PADA
PEMBERITAAN DI *KOMPAS.COM*)”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2016

Yang menyatakan



(Stella Fellicia Persulesy)

**ANALISIS PEMBERITAAN GO-JEK DAN GRABBIKE DI MASA AWAL
PELUNCURAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE*
(Studi pada Pemberitaan di *Kompas.com*)**

Stella Fellicia Persulesy

ABSTRAK

Fenomena ojek *online* merupakan sebuah fenomena yang terjadi di Indonesia pada 2015 sejak hadirnya layanan ojek *online* Go-Jek dan GrabBike. Media massa membingkai berita Go-Jek dan GrabBike secara berbeda. Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki dalam menganalisis bagaimana bingkai berita Go-Jek dan GrabBike yang dibentuk oleh *Kompas.com* di dua bulan awal masa peluncuran aplikasi *mobile* mereka dan dalam menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi isi berita Go-Jek dan GrabBike dalam dua bulan tersebut menggunakan teori *influences on mass media content*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam dua bulan awal tersebut, *Kompas.com* sama-sama membingkai Go-Jek dan GrabBike secara positif, namun perbedaannya adalah berita Go-Jek banyak dibingkai dari sisi penilaian pemerintah Jakarta terhadap layanan Go-Jek yang dinilai sebagai sebuah inovasi, sedangkan berita GrabBike dibingkai dari sisi keberhasilan aplikasinya. Selanjutnya, faktor-faktor yang memengaruhi isi berita Go-Jek dan GrabBike di dua bulan awal tersebut adalah nilai berita, selera pasar atau minat pembaca, dan kepentingan pasar media.

Kata kunci: analisis *framing*, fenomena ojek online, nilai berita, selera pasar, dan kepentingan pasar media.

**NEWS ANALYSIS OF GO-JEK and GRABBIKE IN EARLY LAUNCH OF
ONLINE TRANSPORTATION SERVICE
(Studies at the News in Kompas.com)**

Stella Fellicia Persulesy

ABSTRACT

The phenomenon of online motorcycle is a new phenomenon that first occurred in Indonesia since 2015 that started since the presence of Go-Jek and GrabBike. The media framed Go-Jek and GrabBike differently. This research used Zhongdan Pan and Gerald M. Kosicki Framing Analisis as method to analyze how the news frames of Go-Jek and GrabBike formed by Kompas.com in two months of the beginning of the launch of their mobile application and what factors that influence news content of Go-Jek and GrabBike in the that two months in Kompas.com. This research concludes that in the first two months, Kompas.com equally frames Go-Jek and GrabBike in positive way, but the differences are Go-Jek framed as an innovation through the assessment of Jakarta government's, while GrabBike framed as the success of the motorcycle online application. The factors that influence the news content of Go-Jek and GrabBike in the first two months are the news value, market tastes or the reader's interest, and the interest of the media market.

Key word: *framing analysis, phenomenon of online motorcycle, news value, reader's interest, and interest of media market.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	
2.2.1 <i>Media Online</i>	17
2.2.2 <i>Jurnalisme Online</i>	18
2.2.3 <i>Konstruksi Realitas dalam Media Massa</i>	20
2.2.4 <i>Teori Influences on Mass Media Content</i>	23
2.3 Kerangka Pemikiran	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian31

3.2 Objek Penelitian32

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

 3.3.1 Sumber Data35

 3.3.2 Teknik Pengambilan Data35

3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep38

3.5 Teknik Analisis Data41

3.6 Teknik Pengujian Kebasahan Data42

3.7 Batasan Penelitian44

3.8 Keterbatasan Penelitian44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

 4.1.1 Gambaran Umum *Kompas.com*45

4.2 Temuan Penelitian

 4.2.1 Analisis *Framing*

 4.2.1.1 Analisis *Framing* Pemberitaan Go-Jek di *Kompas.com* ...55

 4.2.1.2 Analisis *Framing* Pemberitaan GrabBike di *Kompas.com*
110

 4.2.2 Faktor-Faktor yang Ikut Berperan dalam Menentukan Pemberitaan
 Go-Jek dan GrabBike di *Kompas.com* 124

4.3 Pembahasan

 4.3.1 Analisis *Framing* Pemberitaan Go-Jek dan GrabBike di *Kompas.com*
136

 4.3.2 Faktor-Faktor yang Ikut Berperan dalam Menentukan Pemberitaan
 Go-Jek dan GrabBike di *Kompas.com* 140

 4.3.3 Peran Media *Relations* dalam Pemberitaan Go-Jek dan GrabBike
147

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	150
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Akademis	152
5.2.2 Saran Praktis	152
DAFTAR PUSTAKA	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Berita-Berita Persaingan Go-Jek dan GrabBike	3
Tabel 1.2	Rincian Berita Go-Jek di <i>Kompas.com</i> dalam Lima Bulan Awal Masa Peluncuran Aplikasi <i>Mobile</i> Go-Jek	5
Tabel 1.3	Rincian Berita GrabBike di <i>Kompas.com</i> dalam Lima Bulan Awal Masa Peluncuran Aplikasi <i>Mobile</i> GrabBike	5
Tabel 2.1	Analisis Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep Penelitian	38
Tabel 3.2	Model Analisis <i>Framing</i> Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki	41
Tabel 4.1	Struktur Manajemen <i>Kompas.com</i>	50
Tabel 4.2	Struktur Redaksi atau Editorial <i>Kompas.com</i>	51
Tabel 4.3	Berita-Berita Go-Jek yang akan Dianalisis	54
Tabel 4.4	Berita-Berita GrabBike yang akan Dianalisis	55
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Pesan Ojek Kini Bisa dari Androin dan iPhone”	63
Tabel 4.6	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Go-Jek, Antar Ular Piton dan Bule “Ngojek” Jakarta Bali”	77
Tabel 4.7	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Ahok Tertarik Inovasi Tukang Ojek Go-Jek”	85
Tabel 4.8	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Terkesan, Ahok Bertemu Founder Go-Jek Sore Ini”	92
Tabel 4.9	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Ahok Ingin Integrasikan Go-Jek dan Transjakarta”	102

Tabel 4.10	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “Ahok Ingin Go-Jek Masuk Sistem Jakarta Smart City”	108
Tabel 4.11	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “GrabTaxi Tambah Layanan Ojek Motor”	115
Tabel 4.12	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita “GrabBike Diserbu Ribuan Pesanan Ojek”	123
Tabel 4.13	Empat <i>Headline</i> Berita Go-Jek yang Menyertakan Nama Ahok	137
Tabel 4.14	<i>Headline</i> Berita Go-Jek dan GrabBike yang Ditulis dalam Bentuk <i>Good News</i>	141
Tabel 4.15	Jumlah <i>Share</i> Berita Go-Jek dan GrabBike	143
Tabel 4.16	Rubrik Berita Go-Jek dan GrabBike	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Gambaran Persaingan Go-Jek dan GrabBike4

Gambar 1.2 Topik Pilihan Go-Jek di *Kompas.com*7

Gambar 1.3 Berita Go-Jek yang Menggambarkan Harapan Pemerintah Jakarta
Kepada Layanan Go-Jek8

Gambar 1.4 Berita GrabBike yang Menggambarkan Kesuksesan GrabBike ...8

Gambar 3.1 Perbandingan Jumlah Berita Go-Jek dan GrabBike Selam Lima
Bulan Awal di *Detik.com*33

Gambar 3.2 Perbandingan Jumlah Beria Go-Jek dan GrabBike Selama Lima
Bulan Awal di *Tribunnews.com*33

Gambar 3.3 Perbandingan Jumlah Berita Go-Jek dan GrabBike Selama Lima
Bulan Awal di *Liputan6.com*34

Gambar 3.4 Perbandingan Jumlah Berita Go-Jek dan GrabBike Selama Lima
Bulan Awal di *Kompas.com*34

Gambar 3.5 Perbandingan Jumlah Berita Go-Jek dan GrabBike Selama Lima
Bulan Awal di *Merdeka.com*34

Gambar 4.1 Persentase Pembaca *Kompas.com* Berdasarkan Tingkat Pendidikan
dan Pekerjaan46

Gambar 4.2 *Welcoming Page Kompas.com*48

Gambar 4.3 Logo *Kompas.com*48

Gambar 4.4 Foto yang Digunakan dalam Berita 1 Go-Jek63

Gambar 4.5 Foto Pertama yang Digunakan dalam Berita 2 Go-Jek75

Gambar 4.6 Foto Kedua yang Digunakan dalam Berita 2 Go-Jek75

Gambar 4.7 Foto Ketiga yang Digunakan dalam Berita 2 Go-Jek76

Gambar 4.8	Foto Keempat yang Digunakan dalam Berita 2 Go-Jek	76
Gambar 4.9	Foto yang Digunakan dalam Berita 3 Go-Jek	84
Gambar 4.10	Foto yang Digunakan dalam Berita 4 Go-Jek	91
Gambar 4.11	Foto yang Digunakan dalam Berita 5 Go-Jek	101
Gambar 4.12	Foto yang Digunakan dalam Berita 6 Go-Jek	108
Gambar 4.13	Foto yang Digunakan dalam Berita 1 GrabBike	114
Gambar 4.14	Foto yang Digunakan dalam Berita 2 GrabBike	123
Gambar 4.15	Persentase Tempat Audiens <i>Kompas.com</i> Mengakses Berita	145

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Artikel Berita 1 Go-Jek	171
Lampiran 2	Artikel Berita 2 Go-Jek	172
Lampiran 3	Artikel Berita 3 Go-Jek	176
Lampiran 4	Artikel Berita 4 Go-Jek	177
Lampiran 5	Artikel Berita 5 Go-Jek	178
Lampiran 6	Artikel Berita 6 Go-Jek	179
Lampiran 7	Artikel Berita 1 GrabBike	180
Lampiran 8	Artikel Berita 2 GrabBike	181
Lampiran 9	Transkrip Wawancara Heru Margianto	182
Lampiran 10	Transkrip Wawancara Kurnia Sari Aziza	198
Lampiran 11	Transkrip Wawancara Reska K. Nistanto	205
Lampiran 12	Transkrip Wawancara Oik Yusuf	210