

**PENGARUH TERPAAN BERITA “DRIVER GOJEK DIMARAHI ORANGTUA PACAR”  
DI OKEZONE.COM TERHADAP PERSEPSI DRIVER GOJEK  
(Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Terpaan Berita “Driver GOJEK Dimarahi Orangtua  
Pacar” di Okezone.com Terhadap Persepsi Driver GOJEK Garut)**

**Anne Nurjihan**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Jurnalistik**

**Universitas Garut, Garut 44151, No. HP: 081573318464**

***e-mail: annenurjihan@gmail.com***

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh yang ditimbulkan dari terpaan berita *Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com Terhadap Persepsi *Driver GOJEK* yang meliputi aspek frekuensi, durasi, dan atensi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Terpaan Berita sebagai teori utama dan Teori S-O-R sebagai teori pendukung. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner, studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pengaruh terpaan berita “*Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver gojek* Garut adalah terdapat pengaruh yang signifikan dan termasuk dalam kategori kuat dengan koefisien determinasi sebesar 0.686 atau 68,6%. (2) Pengaruh dimensi frekuensi terpaan berita “*Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver gojek* Garut termasuk dalam kategori kuat; (3) Pengaruh dimensi durasi terpaan berita Revisi *Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver gojek* Garut termasuk dalam kategori kuat; (4) Pengaruh dimensi atensi terpaan berita *Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver gojek* Garut termasuk dalam kategori kuat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel terpaan berita *Driver GOJEK* dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver gojek* Garut.

Kata Kunci: Driver Gojek, Pengaruh, Persepsi, S-O-R, Terpaan Berita.

**Abstract**

*The purpose of this study is to measure the effect of news of exposure to GOJEK Drivers being scolded by their girlfriend's parents at Okezone.com on Perceptions of GOJEK Drivers which include aspects of frequency, duration, and attention. The method used is descriptive method with quantitative approach. The theory used is the News Exposure Theory as the main theory and the S-O-R theory as the supporting theory. The results showed that (1) The effect of news exposure "GOJEK drivers scolded by Pacar's parents at okezone.com" on the perception of Garut motorbike drivers is that there is a significant effect and is included in the strong category with a determination coefficient of 0.686 or 68.6%. (2) The influence of the frequency dimension of exposure to the news "GOJEK drivers scolded by their girlfriend's parents at okezone.com" on the perception of Garut gojek drivers is in the strong category; (3) The effect of the dimension of duration of exposure to news. Revision of GOJEK Drivers being scolded by girlfriend's parents at okezone.com "on the perception of Garut motorbike drivers in the strong category; (4) The influence of the dimension of attention to news of GOJEK drivers being scolded by their girlfriend's parents at okezone.com "on the perception of Garut motorbike drivers is in the strong category. The conclusion of this study is that there is a significant influence between the variable news exposure GOJEK drivers scolded by girlfriend's parents at okezone.com "on the perception of Garut gojek Drivers.*

Keywords: Gojek Driver, Influence, News Exposure, Perception, S-O-R

## I. PENDAHULUAN

Awal november 2019 masyarakat dihebohkan dengan *video viral* seorang *driver* ojek *online* yang terlihat dimarahi oleh orang tua sang pacar. Video tersebut awalnya muncul dari *facebook* kemudian tersebar ke media sosial lainnya sampai menjadi *trending* di *twitter* hingga diangkat menjadi berita di media *online*, salah satunya okezone.com. Hal tersebut mendapat perhatian banyak masyarakat karena dianggap adanya diskriminasi yang diterima driver gojek dari orang tua pacarnya. Hubungan antara driver gojek dan pacarnya itu tidak direstui sebab orangtua pacarnya sebab ia menganggap drive gojek itu miskin dan tidak pantas bersama anaknya yang berasal dari keluarga kaya. (Sumber okezone.com)

Namun, beberapa hari kemudian media *online* lain yaitu *tribunnewsbogor.com* mengungkap fakta bahwa ternyata video tersebut merupakan potongan syuting dari penyanyi Denny Caknan yang berjudul *Tunpo Tresnamu*.

Dalam penelitian ini, *driver* gojek di Garut dinilai sesuai dan relevan dengan masalah yang akan diteliti. Pemilihan subjek penelitian ini ditetapkan melalui studi pustaka, di mana dalam pemberitaan tersebut *driver* ojek *online* yang memakai seragam gojek menjadi subjek dari berita tersebut.

Peneliti tertarik untuk meneliti persepsi driver GOJEK terhadap pemberitaann driver ojek *online* di media online ini, selain karena *viral* di media sosial dan diangkat menjadi berita di media *online*. Oleh karena itu, pemberitaan tersebut akan menimbulkan persepsi yang berbeda dari pembaca khususnya driver GOJEK sendiri karena dijadikan objek dalam pemberitaan tersebut. Apalagi didukung dengan media *online* yang termasuk kedalam salah satu *website* berita yang sering dikunjungi pengguna internet yaitu okezone.com. Hal tersebut mendorong peneliti untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemberitaan *driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar terhadap persepsi *driver* GOJEK Garut.

Teori utama yang digunakan adalah teori terpaan dan persepsi. Terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau pun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Media Exposure berusaha menemukan data khalayak tentang penggunaan media, termasuk jenis media, frekuensi penggunaan, dan durasi (masa pakai) (Ardianto, 2014: 168).

Berdasarkan teori komunikasi yang digunakan pada penelitian ini, maka fenomena terpaan berita media massa ini, diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut yang berjudul “Pengaruh Terpaan Program Televisi “Lensa Olah Raga Pagi ANTV” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Penonton”. Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa intensitas menonton program “Lensa Olah Raga Pagi” di ANTV serta jenis isi tayangan televisi memberikan pengaruh

yang signifikan secara serentak terhadap pemenuhan kognitif akan informasi seputar sepakbola di Komunitas Viking Universitas Garut. Hal ini menunjukkan bahwa media informasi memiliki pengaruh terhadap perubahan dan pemenuhan kebutuhan individu atau kelompok (Latifah, 2015).

Teori selanjutnya yaitu persepsi merupakan pengalaman seputar obyek, peristiwa, atau relasi-relasi yang didapatkan dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rachmat, 2018: 63).

Peneliti menggunakan teori Stimulus Organism Response sebagai teori pendamping. Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (stimulus), penerima (organism), dan efek (response). Stimulus yaitu sumber rangsangan, organism adalah penerima rangsangan, sedangkan respon adalah umpan balik yang dihasilkan (Effendy, 2017:254).

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis maka peneliti telah mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian, yaitu : 1) Bagaimana pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”?, 2) Bagaimana persepsi *Driver* GOJEK Garut terhadap terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”?, 3) Seberapa besar pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” terhadap persepsi *Driver* GOJEK Garut?, 4) Seberapa besar pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” dilihat dari aspek frekuensi, durasi dan atensi terhadap persepsi *Driver* GOJEK Garut?.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com,” 2) Untuk mengetahui persepsi *Driver* GOJEK Garut terhadap terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com,” 3) Untuk mengukur seberapa besar pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” terhadap persepsi *Driver* GOJEK Garut, 4) Untuk mengukur seberapa besar pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” dilihat dari aspek frekuensi, durasi dan atensi terhadap persepsi *Driver* GOJEK Garut.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner (angket), dan studi literatur. Populasi dalam penelitian ini adalah driver gojek Garut. Populasi dari *driver* gojek Garut ini ada sebanyak 100 orang *driver* gojek aktif di Garut. Kemudian setelah diketahui populasi, peneliti mengambil sampel memakai teknik simple random sampling, yaitu metode pemilihan ukuran sampel dari suatu populasi, di mana setiap anggota populasinya memiliki peluang yang sama dan semua kemungkinan diseleksi sebagai sampel mempunyai peluang yang sama (Weirisma, 1975) (Abidin.Y. Z, 2016: 279).

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus *Slovin*, di mana setelah mencari sampel dengan rumus tersebut menghasilkan 80 orang sampel dari 100 populasi.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ditinjau dari setiap pertanyaan identifikasi masalah yang telah dibuat oleh peneliti terkait pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” terhadap driver gojek Garut, dapat diketahui bahwa tiap pertanyaan identifikasi masalah sesuai dengan langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, hasil analisis penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### 3.1 Analisis Tentang Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”.

Terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” merupakan variabel independen (X) dalam penelitian ini, deskripsi hasil analisis dari variabel independen ini menyatakan bahwa berita tentang “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” sangat sering diterima, dilihat dan diakses oleh driver gojek.

Dalam dimensi durasi mencari dan melihat berita, durasi tingkat kesering membaca berita dalam kurun waktu tertentu., durasi waktu untuk membaca berita sampai selesai, durasi waktu untuk mengetahui isi/konten berita dari media massa, durasi waktu untuk menerima dan mengakses berita dari media massa, responden memiliki perasaan yang positif.

Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden terkait pernyataan penelitian mengenai hal tersebut, dimana setelah melalui proses perhitungan dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS Versi 24, jawaban responden menuai hasil yang kuat dan positif merujuk pada frekuensi dan durasi tentang pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com”.

Responden juga cukup memiliki ketertarikan dan mengikuti perkembangan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di Okezone.com” ini dalam hal atensi.

#### 3.2 Analisis Tentang Persepsi Driver GOJEK Garut Terhadap Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”

Persepsi *driver* gojek Garut merupakan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini, deskripsi hasil analisis dari variabel dependen ini menyatakan bahwa berita tentang “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” menuai berbagai persepsi masyarakat khususnya *driver* gojek.

Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden terkait pernyataan penelitian mengenai hal tersebut, dimana setelah melalui proses perhitungan dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS Versi 24, jawaban responden menuai hasil yang merujuk pada bagaimana perhatian, penafsiran, dan pengetahuan setelah menerima berita ini.

Hasilnya *driver* gojek Garut yang dijadikan responden memiliki perhatian yang timbul secara spontan pada driver gojek, perhatian juga timbul pada orangtua dari pacar gojek driver,

kesimpulannya perhatian yang mereka berikan tidak hanya terpusat pada driver gojek saja, karena perhatian bersifat dinamis tidak terpusat pada satu objek saja.

Responden juga menafsirkan secara kuat dalam memberi makna dari berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” yang dibaca di media massa, kemudian mengorganisasikan dengan konteksnya serta mengisinya dengan interpretasi yang konsisten. Mereka banyak mengetahui alasan mengapa driver gojek tersebut dimarahi orangtua dari pacarnya dan mengetahui pula bahwa berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” itu merupakan settingan.

### **3.3 Analisis Tentang Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK Garut**

Peneliti telah merumuskan hipotesis diawal penelitian, di mana hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” terhadap persepsi *driver* gojek Garut. Hasil tersebut telah dibuktikan dengan langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Terpaan berita tentang “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi *driver* gojek khususnya *driver* gojek Garut. Merujuk pada hal tersebut, artinya semakin intens terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”, maka akan semakin berpengaruh terhadap persepsi *driver* gojek khususnya *driver* gojek Garut yang diteliti dalam penelitian ini.

Artinya, hipotesis yang diajukan diawal penelitian yakni H0 ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut berarti terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” memiliki pengaruh terhadap persepsi *driver* gojek Garut. Dengan demikian semakin intens frekuensi, durasi, dan atensi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” secara otomatis akan lebih menarik perhatian khalayak, maka akan semakin jelas pula pengaruh yang ditimbulkan terutama terhadap persepsi *driver* gojek Garut baik dari segi aspek perhatian, penafsiran atau bahkan pengetahuan *driver* gojek.

Berdasarkan hasil penelitian dan hipotesis yang telah ditetapkan, dapat diketahui bahwa terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi *driver* gojek Garut khususnya terhadap perhatian yang diberikan responden terhadap berita tersebut, bagaimana mereka memberikan menafsirkan beritanya, serta apa yang diketahui dari berita tersebut setelah mengikuti perkembangannya.

Pengaruh tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdapat pada dimensi variabel X yakni faktor seberapa sering membaca berita tersebut di media *online* (frekuensi), berapa lama waktu yang dihabiskan untuk mencari dan membaca berita (durasi), serta

perhatian seperti apa yang ditunjukkan oleh *driver* gojek ketika menerima terpaan berita (atensi). Pengaruh ketiga dimensi variabel X tersebut diuraikan dengan lebih jelas sebagai berikut:

### **3.4 Analisis Tentang Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.Com” Dilihat Dari Aspek Frekuensi Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK Garut.**

Berdasarkan hasil data yang telah didapatkan dari jawaban kuesioner dan diolah dengan menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS Versi 24, dimensi frekuensi memiliki pengaruh yang termasuk dalam kategori kuat. Frekuensi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” memiliki tingkat keseringan yang intens dalam menerima berita, selain itu *driver* gojek Garut juga memiliki kebutuhan keseringan dalam mengakses berita, dalam artian *driver* gojek Garut yang mendapatkan terpaan berita terkait pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”.

Hasil pengolahan data mengelompokkan dimensi frekuensi ke dalam kelompok sub variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan, artinya semakin intens frekuensi “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”, maka akan semakin besar pengaruh yang ditimbulkan kepada *driver* gojek Garut.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang didapat oleh peneliti, rata-rata responden mengakui sering mengakses dan menerima berita di media massa serta pernah melihat pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”.

Berdasarkan hasil perhitungan dan interpretasi output hasil olahan data SPSS, mayoritas *driver* gojek Garut menyatakan “Setuju” dengan tiga pernyataan yang diajukan terkait dengan frekuensi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”. Artinya, pernyataan dalam kuesioner penelitian yang diajukan ini relevan dengan kenyataan yang ada sesungguhnya, di mana mayoritas *driver* gojek Garut sering mengakses, menerima, dan pernah melihat berita tersebut.

Hasil wawancara dengan Opan salah satu *driver* gojek di Garut yang juga merupakan ketua GACOR (Garut *Community Online Rider*) juga membuktikan bahwa sebagai seorang *driver* yang pekerjaannya memang membutuhkan HP (*hand phone*), tentu saja mereka sering mengakses dan membaca berita di media online termasuk berita mengenai “*Driver* Gojek Dimarahi Orangtua Pacar” ini. Berita tersebut begitu *viral* sehingga banyak kalangan sesama *driver* gojek yang mengetahui mengenai berita ini.

Dimensi frekuensi berpengaruh pada persepsi *driver* gojek, baik itu dari segi perhatian, penafsiran, maupun pengetahuan. Di mana awalnya *driver* gojek tidak pernah memerhatikan kemudian jadi memberikan perhatian kepada objek yang ada di berita tersebut, yang kemudian

ditafsirkan, dan akhirnya mengetahui apa alasan driver gojek itu dimarahi orangtua pacar adalah hanya untuk keperluan akting video clip.

### **3.5 Analisis Tentang Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” Dilihat Dari Aspek Durasi Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK Garut.**

Berdasarkan hasil data yang telah didapatkan dari jawaban kuesioner dan diolah dengan menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS Versi 24, dimensi durasi memiliki pengaruh yang termasuk dalam kategori kuat. Durasi responden dalam mencari dan melihat berita pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” cukup lama, selama bulan November responden juga cukup sering melihat berita tersebut. Responden membutuhkan durasi yang lama untuk bisa menyimak berita tersebut sampai selesai dan mengetahui isi/konten berita.

Hasil pengolahan data mengelompokkan dimensi durasi ke dalam kelompok sub variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan, artinya semakin lama durasi dan semakin lama waktu yang dihabiskan ketika menerima pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”, maka akan semakin besar pengaruh yang ditimbulkan kepada *driver* gojek Garut.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang didapat oleh peneliti, rata-rata responden mengakui membutuhkan waktu yang lumayan lama untuk dapat membaca/menyimak satu berita mengenai kasus tersebut seluruhnya. Bahkan beberapa responden mengakui jarang menyimak berita tersebut hingga selesai dan hanya mendapatkan setengah dari informasi yang disampaikan.

Pemberitaan yang menghabiskan durasi yang cukup lama membuat *driver* gojek menjadi tahu dan paham dengan konten berita yang disajikan oleh media massa apabila dibaca atau disaksikan seluruhnya, namun akan menimbulkan banyak tanda tanya dan perbedaan persepsi apabila tidak menyimak beritanya secara utuh.

Berdasarkan hasil perhitungan dan interpretasi output hasil olahan data SPSS, mayoritas *driver* gojek Garut menyatakan “Setuju” dengan empat pernyataan yang diajukan terkait dengan durasi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”. Artinya, pernyataan dalam kuesioner penelitian yang diajukan ini relevan dengan kenyataan yang ada sesungguhnya, dimana *driver* gojek Garut membutuhkan durasi atau menghabiskan waktu yang cukup lama untuk dapat memahami informasi pada berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”.

Hasil wawancara bersama Erry juga membuktikan karena berita video viral ini sedang ramai dibicarakan, awalnya memang banyak yang kesal dan menyayangkan perlakuan ibu yang ada di video tersebut terhadap *driver* gojek. Namun, setelah beberapa hari kemudian ternyata diketahui itu hanya *akting* untuk sebuah *video klip*. Mayoritas *driver* gojek sendiri memang tahu sampai akhir fakta dibalik *video* tersebut.

Dimensi durasi berpengaruh pada persepsi *driver* gojek, baik itu dari segi perhatian, penafsiran maupun pengetahuan. Penjelasan yang didapat juga hampir sama di mana durasi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” berpengaruh pada persepsi *driver* gojek Garut.

### **3.6 Analisis Tentang Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” Dilihat Dari Aspek Atensi Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK Garut.**

Berdasarkan hasil data yang telah didapatkan dari jawaban kuesioner dan diolah dengan menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS Versi 24, dimensi atensi memiliki pengaruh yang termasuk dalam kategori kuat. *Driver* gojek Garut memberikan perhatian lebih terhadap pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor isu dan latar belakang pekerjaan mereka yang sama, di mana objek dalam pemberitaan ini merupakan seorang *driver* gojek dan responden yang diambil juga merupakan *driver* gojek.

Mereka mengetahui bahwa motif dari berita ini hanya lucu-lucuan belaka, namun setelah membaca berita ini mereka juga tahu bahwa masih ada yang memandang sebelah mata pekerjaan mereka sebagai *driver* gojek dan akan memberikan *support* sebagai sesama *driver* gojek.

Hal ini juga senada dengan hasil wawancara yang dipaparkan oleh Erry, seorang *driver* gojek di Garut. Ia mengaku sedih saat membaca berita tersebut, apalagi sebagai sesama *driver* gojek masih ada yang memandang rendah profesi tersebut. Padahal pekerjaannya halal dan tidak merugikan orang, ia menambahkan walau hanya seorang *driver*, setidaknya masih mau berusaha untuk mencari nafkah untuk dirinya, keluarga, dan orang-orang terdekat.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang didapat oleh peneliti, rata-rata responden mengakui selalu tertarik dan memperhatikan dengan serius setiap berita mengenai “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”. Bahkan mayoritas responden mengakui mengikuti setiap perkembangan tentang “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”.

Berdasarkan hasil perhitungan dan interpretasi output hasil olahan data SPSS, mayoritas *driver* gojek Garut menyatakan “Setuju” dengan delapan pernyataan yang diajukan terkait dengan dimensi atensi. Artinya, pernyataan dalam kuesioner penelitian yang diajukan ini relevan dengan kenyataan yang ada sesungguhnya, dimana mayoritas *driver* gojek Garut memberikan perhatian yang lebih intens pada berita “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com”.

Dimensi atensi berpengaruh pada persepsi *driver* gojek. Penjelasan yang didapat juga hampir sama dengan dimensi frekuensi dan durasi karena memang ketiga dimensi ini berbeda aspek, namun memiliki keterkaitan yang erat, terutama dalam mengukur pengaruh terpaan berita media massa terhadap persepsi. Seperti pada penelitian ini, dimana aspek frekuensi, durasi dan



atensi menjadi faktor yang kuat dalam memicu timbulnya pengaruh dari “*Driver* GOJEK dimarahi orangtua pacar di okezone.com” terhadap persepsi driver gojek Garut.

### **3.7 Analisis Kaitan Teori S-O-R Dengan Terpaan Berita “*Driver* GOJEK Dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK Garut.**

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori *Stimulus Organism Respon* (SOR). Teori ini berdasarkan penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan komunikan. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, terpaan media berita dan gaya bicara sangat menentukan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Stimulus (S), dalam hal ini adalah mengenai berita *Driver* Gojek dimarahi oleh orang tua Pacar yang menjadi sumber rangsangan bagi komunikan (*driver* gojek) yaitu media Okezone. Organisme (O), *Driver* Gojek Garut. Respon (R), merupakan pengaruh dari terpaan berita *Driver* Gojek dimarahi orang tua Pacar terhadap Persepsi driver gojek. Pada dasarnya pengguna yang diberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk postingan melalui media Okezone memberikan reaksi khusus terhadap stimulus yang disampaikan dengan teknik-teknik penyampaian sebuah postingan berita menarik. Apabila ada perhatian dan ketertarikan maka driver gojek akan memiliki persepsi tersendiri yang berbeda - beda.

## **IV. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Terpaan Berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” Terhadap Persepsi *Driver* GOJEK” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.:

1. Pengaruh terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data dan langkah-langkah analisis yang telah dilakukan melalui perhitungan tabel distribusi frekuensi untuk kemudian dihimpun dalam rekapitulasi skor rata-rata jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner terkait variabel terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”. Rata-rata nilai yang diperoleh memiliki nilai yang besar. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa frekuensi, durasi, serta atensi pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” sangat intens dan terus menerus, sehingga membuat khalayak khususnya *driver* gojek menaruh perhatian lebih terhadap pemberitaan tersebut. Selain itu pemberitaan “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” muncul sangat sering dan dimuat diberbagai media massa, bahkan responden mengakui minimal mendapatkan dua berita dalam sehari.
2. Persepsi *driver* gojek Garut termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data dan langkah-langkah analisis yang telah dilakukan melalui perhitungan

tabel distribusi frekuensi untuk kemudian dihimpun dalam rekapitulasi skor rata-rata jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner terkait variabel *persepsi* driver gojek Garut. Rata-rata nilai yang diperoleh memiliki nilai yang besar. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sejak munculnya “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com”, menimbulkan berbagai macam persepsi pada sikap khalayak khususnya *driver* gojek bahkan hingga dapat memicu rasa empati dan rasa ingin memberikan *support* terhadap *driver* gojek tersebut. Terutama dari bertambahnya perhatian, penafsiran terhadap berita tersebut, serta bertambahnya pengetahuan yang semakin dalam.

3. Terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” berpengaruh signifikan terhadap persepsi *driver* gojek Garut. Kesimpulannya, karena nilai uji koefisien regresi (R Square) memiliki nilai yang membuat variabel terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi *driver* gojek Garut dan termasuk memiliki pengaruh yang kuat.
4. Frekuensi dari variabel terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi *driver* gojek Garut. Kesimpulannya, karena nilai uji koefisien regresi (R Square) berada pada interval yang membuat dimensi frekuensi terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” termasuk memiliki pengaruh yang kuat.
5. Durasi dari variabel terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi *driver* gojek Garut. Kesimpulannya, karena nilai uji koefisien regresi (R Square) berada pada interval yang membuat dimensi durasi terpaan “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” termasuk memiliki pengaruh yang kuat.
6. Atensi dari variabel terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi *driver* gojek Garut. Kesimpulannya, karena nilai uji koefisien regresi (R Square) berada pada interval yang membuat dimensi atensi terpaan berita “*Driver* GOJEK dimarahi Orangtua Pacar di okezone.com” termasuk memiliki pengaruh yang kuat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Abidin, Y. (2016). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rahmat, J. (2014). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

## **Jurnal**

Latifah, H. (2015). Pengaruh Terpaan Program Televisi "Lensa Olahraga Pagi ANTV" Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Penonton. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-0836*.

## **Internet**

<https://nasional.okezone.com/read/2019/11/08/337/2127377/viral-driver-ojol-dimarahi-orangtua-pacar-kamu-tukang-ojek-jangan-mimpi-sama-anak-saya> diakses pada 18 november 2019