

**Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia
(Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun
Instagram @gojekindonesia)**

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh :
Ersa Kartika Dahliani
(202010040311055)

Dosen Pembimbing :
Nasrullah, M.Si

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Tahun 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

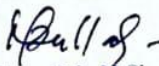
Diajukan Oleh :

ERSA KARTIKA DAHLIANI
202010040311055

Telah disetujui

Kamis / 18 Januari 2024

Pembimbing I

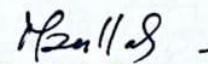

Nasrullah, M.Si

Wakil Dekan I




Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ersa Kartika Dahliani

202010040311055

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 18 Januari 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Widiya Yutanti, M.A (Hons) ()
2. Jamroji, M.Comms ()
3. Nasrullah, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Nasrudin Syarifuddin Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/I/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Erska Kartika Dahliani
No. Induk Mahasiswa	: 202010040311055
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 09 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Taworamas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

(*) Coret yang tidak perlu



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Ersu Kartika Dahliani

NIM : 202010040311055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-I pada semester 7 (tujuh) tahun akademik 2023/ 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 09 Januari 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutirno No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tuguomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Erska Kartika Dahliani
NIM : 202010040311055
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Judul Skripsi : Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

Disetujui,

Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Bendungan Selayan No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 459 235
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Erska Kartika Dahliani
NIM : 202010040311055
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 09 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Erska Kartika Dahliani



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutomo No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 146 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 313 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG



PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

**Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar
Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia**

Olch:

Nama : Erska Kartika Dahliani

NIM : 202010040311055

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 09 Januari 2024

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos. M.Si

NIP. 10303090338



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutejo No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Ersa Kartika Dahliani
NIM : 202010040311055

Hasil Plagiasi : 9/1 10/1 11/1

BAB I	9			
BAB II	18			
BAB III	35	21	17	

BAB IV	14			
BAB V	2			
BAB VI	7			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 11 Januari 2024
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Erska Kartika Dahliani
NIM : 202010040311055
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Judul Skripsi : Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)
Dosen Pembimbing : Nasrullah, M.Si

Berita Acara Bimbingan

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
02 April 2023	Pengajuan & ACC Judul	
7 April 2023	ACC Bab I – III	
17 Juli 2023	ACC Bab IV – VI	
18 Desember 2023	Seminar Hasil	
03 Januari 2024	Revisi	
11 Januari 2024	Abstraksi	

Malang, 12 Januari 2024
Disetujui,

Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada Hari Senin, 18 Desember 2023
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

Nama Peneliti	Ersa Kartika Dahliani
NIM	202010040311055
Konsentrasi Studi	Public Relation (PR)
Judul Skripsi	Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

Dihadiri oleh :

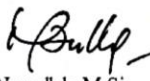
1. Dosen Pembimbing : Nasrullah, M.Si
2. Dosen Penguji : Jamroji, M.Comms
3. Dan sejumlah 20 mahasiswa (Presensi Terlampir)

Penyajian dinyatakan LULUS/ XXXXXXXXXX

Malang, 04 Januari 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing


Nasrullah, M.Si

Dosen Penguji


Jamroji, M.Comms

ABSTRAK

ABSTRAK

Ersa Kartika Dahliani, 202010040311055, Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia)

Kata Kunci : Kampanye Pemasaran, Aspirasi, Instagram, GoJek Indonesia

Dalam memasarkan produk dan membangun citra positif perusahaan, GoJek Indonesia menggunakan kampanye pemasaran yang diunggah pada akun sosial media Instagram @gojekindonesia. Namun ternyata, hal tersebut justru menjadi kesempatan bagi mitra driver untuk menyampaikan keluhan atau aspirasinya kepada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan teks atau pesan aspirasi oleh mitra driver pada kolom komentar kampanye di akun Instagram @gojekindonesia.

Menurut Leo Daphne, kampanye pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial. Pemanfaatan Instagram untuk kampanye promosi selain efektif untuk pemasaran juga menjadi media interaksi dengan stakeholder internal. Konten kampanye di media sosial oleh perusahaan ojek online juga dapat dijadikan sebagai media menyampaikan aspirasi oleh mitra driver sebagai stakeholder internal.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti mengambil 80 sampel postingan kampanye yang mengandung komentar aspirasi. Komentar tersebut terdapat pada kampanye dengan hastag #WeGotYou untuk konten Driver Jempolan dan fitur layanan Perjalanan Aman, #LengkapiRamadan-mu, #CeritaGojek untuk konten Driver Jempolan, #GakPakeLama solusi pekerjaan cepat, dan #PastiAdaJalan.

Hasil penelitian menunjukkan dari 80 tangkapan layar komentar mitra driver, ditemukan kecenderungan sumber aspirasi yang dinyatakan oleh diri mitra driver sendiri dengan data sebanyak 73 tangkapan layar atau persentase sebanyak 91,25%, frekuensi sasaran aspirasi kepada perusahaan sebanyak 75 tangkapan layar atau persentase sebanyak 93,75%, frekuensi topik aspirasi mengenai sistem aplikasi dan upah sebanyak 36 tangkapan layar untuk sistem aplikasi, dan 35 tangkapan layar untuk upah dengan persentase sebesar 45% dan 43,75%, serta frekuensi untuk tone emosi berupa tone negatif sebanyak 68 tangkapan layar atau persentase sebesar 85%. Ini menunjukkan bahwa mitra driver kurang puas penyelesaian masalah yang dilakukan GoJek Indonesia sehingga menuangkannya di kolom komentar kampanyenya.

Malang, 09 Januari 2024

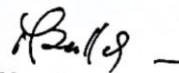
Peneliti



Ersa Kartika Dahliani

Menyetujui.

Pembimbing



Nasrullah, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh karunia, rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang telah membantu setiap proses penyusunan skripsi yang berjudul ***“Aspirasi Mitra Driver dalam Kampanye GoJek Indonesia (Analisis Isi Kolom Komentar Kampanye di Akun Instagram @gojekindonesia”*** ini tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menempuh jenjang Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terbilang cukup jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi, pembahasan, maupun sistematika penulisan, Keterbatasan kemampuan serta pengalaman dari penulis merupakan salah satu faktor penyebab sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu, segala bentuk kritik dan saran dapat membantu penulis dalam memperbaiki kekurangan tersebut di kemudian hari.

Dalam penyelesaian studi akademik dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan berupa bimbingan, motivasi, nasihat, serta bantuan dan dukungan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar kepada :

1. Prof. Dr. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing dan Dosen Wali yang telah meluangkan waktunya di tengah kesibukan untuk memberikan kritik, saran, dan masukan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms selaku Dosen Penguji pada Seminar Hasil yang telah memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini sebagai syarat kelulusan dalam Ujian Skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membimbing penulis selama menempuh Pendidikan Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Prof. Dr. Muhadjir Effendy, M.A.P selaku Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Indonesia sekaligus keluarga besar penulis yang telah menjadi panutan penulis dalam menyelesaikan Studi Pendidikan Strata 1 ini.
7. Bapak/Ibu Staff Program Studi Ilmu Komunikasi, Bu Diah dan Pak Dasuki yang telah membantu penulis dalam proses administrasi berkas penyusunan Skripsi sekaligus memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan skill dengan menjadi Part Timer di Kantor Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Rekan kerja penulis di Kantor Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, Ocsta dan Kak Nada yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam proses penulisan skripsi sekaligus membantu penulis dalam proses administrasi berkas penyusunan Skripsi.
9. Kedua orang tua penulis, Ertan Tri Sukarno Yudo dan Tri Ningsih yang telah menjadi alasan penulis untuk tetap bertahan dan terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Skripsi ini akan penulis persembahkan untuk mereka karena telah memberikan doa

serta dukungan penuh tanpa henti dan selalu menjadi orang pertama yang siap mendengarkan keluh kesah penulis dalam setiap proses yang dilalui selama menempuh pendidikan.

10. Kedua saudara kandung penulis, Dek Bagas dan Mbak Karin yang selalu memberikan dukungan penuh serta siap menghibur penulis di saat suka maupun duka dalam proses penulisan Skripsi ini.
11. Keluarga besar penulis, Yangti dan Tante Wida yang memberikan dukungan penuh kepada penulis selama menempuh Pendidikan Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Malang
12. UKM Radio 93,4 UMM FM yang telah menjadi wadah bagi penulis untuk belajar dan berkembang di bidang kepenyiaran dan public speaking. Teman-teman Kres #9, #10, dan #11 yang tak pernah henti memberikan dukungan penuh dan selalu menjadi tempat berkeluh kesah sekaligus rumah bagi penulis.
13. Teman-teman CANDIKALA Team, Dhivanni, Amal, Sally, Khahfi, Yusuf, Vito, dan Deddy yang membersamai penulis dalam seluruh kegiatan Praktikum Public Relations 3 : Management Event sekaligus merupakan bagian terbaik dari masa studi penulis selama menempuh Pendidikan Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Malang. Sangat senang karena memiliki kesempatan bekerja sama dengan mereka dalam penanganan isu sosial Pekerja Anak di Kota Malang Raya.
14. Kerabat dekat penulis di masa perkuliahan, Nata, Diajeng, Kinanti, dan Salma yang telah menemani di masa-masa senang maupun sedih. Terima kasih karena telah menunjukkan kepada penulis bahwa memberikan kesempatan serta menerima kebaikan dari orang lain bukanlah hal yang patut dihindari. Sangat amat bersyukur karena penulis memiliki kesempatan bertemu dengan orang-orang baik ini di masa perkuliahan.
15. Sahabat sekaligus adik terbaik penulis, Devina dan Helen yang telah menemani penulis sejak tahun 2017. Mengenal dan bertemu dengan mereka merupakan suatu hal yang sangat disyukuri oleh penulis. Semoga di lain waktu kami diberikan kesempatan untuk dapat bertemu dan berkumpul dalam waktu yang lama.
16. Rekan Sekolah Menengah Atas penulis, Tika, Billa, Ajeng, Aldo, dan Indah. Terima kasih telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk merasakan ketulusan dari sebuah pertemanan.

Penulis berharap agar penelitian dalam Skripsi ini dapat bermanfaat di kemudian hari dan berguna bagi semua pihak. Kritik dan Saran yang membangun sangat dibutuhkan oleh penulis, karena pada dasarnya penulisan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Akhir kata, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses pembuatan Skripsi ini.

Malang, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	3
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	4
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	5
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	6
LEMBAR ORISINALITAS.....	7
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	9
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	10
ABSTRAK	11
KATA PENGANTAR	12
DAFTAR ISI	14
DAFTAR TABEL	18
BAB I	
PENDAHULUAN	20
1.1 Latar Belakang Masalah	20
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	24
1.4.1 Manfaat Akademis	24
1.4.2 Manfaat Praktis	24
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Kampanye sebagai Bentuk Strategi Pemasaran	25
2.1.1 Kampanye	25
2.1.2 Kampanye Promosi atau Pemasaran	27
2.2 Platform Media Sosial Instagram sebagai Media Kampanye Pemasaran	29
2.2.1 Media Sosial	29
2.2.2 Instagram	31

2.2.3	Instagram sebagai Media Kampanye	32
2.3	Aspirasi oleh Stakeholder Internal pada Perusahaan Ojek Online	33
2.3.1	Aspirasi	33
2.3.2	Stakeholder Internal	34
2.3.3	Aspirasi oleh Stakeholder Internal kepada Perusahaan	35
2.4	Analisis Isi Kuantitatif	35
2.5	Teori Agenda Setting	36
2.6	Penelitian Terdahulu	37
2.7	Fokus Penelitian	38
BAB III		
METODE PENELITIAN		40
3.1	Pendekatan Penelitian	40
3.2	Metode dan Dasar Penelitian	40
3.3	Struktur Kategori	40
3.4	Unit Analisis	44
3.5	Satuan Ukur	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.8	Uji Reliabilitas	48
BAB IV		
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	GoJek Indonesia	49
4.1.2	Mitra Driver GoJek Indonesia	50
4.1.3	Hak dan Kewajiban Mitra Driver GoJek Indonesia	51
4.1.4	Kampanye pada Akun Instagram @gojekindonesia	52
4.1.5	Unggahan Kampanye Akun Instagram @gojekindonesia	53
4.1.6	Dinamika Permasalahan antara Perusahaan GoJek Indonesia dan Mitra Driver	59

BAB V

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA61

5.1 Kategori Sumber Aspirasi61

5.1.1 Sumber Aspirasi Diri Sendiri61

5.1.2 Sumber Aspirasi Teman Sejawat/Komunitas62

5.1.3 Sumber Aspirasi Keluarga Inti Mitra Driver63

5.1.4 Hasil Analisis Data65

5.2 Sasaran Aspirasi66

5.2.1 Sasaran Aspirasi Pimpinan Perusahaan66

5.2.2 Sasaran Aspirasi Perusahaan67

5.2.3 Hasil Analisis Data69

5.3 Topik Aspirasi70

5.3.1 Topik Aspirasi terkait Layanan Customer70

5.3.2 Topik Aspirasi terkait Sistem Aplikasi71

5.3.3 Topik Aspirasi terkait Upah72

5.3.4 Topik Aspirasi terkait Pelayanan Customer Service73

5.3.5 Hasil Analisis Data75

5.4 Tone Emosi77

5.4.1 Tone Emosi Positif77

5.4.2 Tone Emosi Negatif78

5.4.3 Hasil Analisis Data79

BAB VI

PENUTUP82

6.1 Kesimpulan82

6.2 Saran83

6.2.1 Saran Akademis83

6.2.2 Saran Praktis83

DAFTAR PUSTAKA84

LAMPIRAN 186

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PENELITIAN TERDAHULU 1.....	37
TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU 2.....	38
TABEL 3.1 RUMUSAN KATEGORI RESPON MITRA DRIVER TERHADAP KAMPANYE @GOJEKINDONESIA	41
TABEL 4.1 LEMBAR KERJA KODING	46
TABEL 5.1 POSTINGAN KAMPANYE GOJEK INDONESIA YANG MENDAPATKAN KOMENTAR BERUPA ASPIRASI DARI DRIVER	56
TABEL 6.1 HASIL ANALISIS DATA KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN PADA AKUN INSTAGRAM @GOJEKINDONESIA OLEH MITRA DRIVER KATEGORI SUMBER ASPIRASI PADA BULAN FEBRUARI – SEPTEMBER 2023	65
TABEL 7.1 HASIL ANALISIS DATA KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN PADA AKUN INSTAGRAM @GOJEKINDONESIA OLEH MITRA DRIVER KATEGORI SASARAN ASPIRASI PADA BULAN FEBRUARI – SEPTEMBER 2023	69
TABEL 8.1 HASIL ANALISIS DATA KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN PADA AKUN INSTAGRAM @GOJEKINDONESIA OLEH MITRA DRIVER KATEGORI TOPIK ASPIRASI PADA BULAN FEBRUARI – SEPTEMBER 2023	75
TABEL 9.1 HASIL ANALISIS DATA KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN PADA AKUN INSTAGRAM @GOJEKINDONESIA OLEH MITRA DRIVER KATEGORI TONE EMOSI PADA BULAN FEBRUARI – SEPTEMBER 2023	80
TABEL 10.1 EXPECTED AGREEMENT PENELITI UNTUK KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN ASPIRASI OLEH MITRA DRIVER.....	87
TABEL 11.1 EXPECTED AGREEMENT CODER 1 UNTUK KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN ASPIRASI OLEH MITRA DRIVER	88
TABEL 12.1 EXPECTED AGREEMENT CODER 2 UNTUK KATEGORI KECENDERUNGAN PESAN ASPIRASI OLEH MITRA DRIVER	89
TABEL 13.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITI DAN CODER 1 KATEGORI SUMBER ASPIRASI	91
TABEL 14.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITI DAN CODER 1 KATEGORI SASARAN ASPIRASI	91
TABEL 15.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITI DAN CODER 1 KATEGORI TOPIK ASPIRASI	92
TABEL 16.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITI	

DAN CODER 1 KATEGORI TONE EMOSI	92
TABEL 17.1 TOTAL SELURUH KATEGORI EXPECTED AGREEMENT KATEGORI	
KECENDERUNGAN PESAN OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN DAN CODER 1	93
TABEL 18.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN	
DAN CODER 2 KATEGORI SUMBER ASPIRASI	95
TABEL 19.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN	
DAN CODER 2 KATEGORI SASARAN ASPIRASI.....	95
TABEL 20.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN	
DAN CODER 2 KATEGORI TOPIK ASPIRASI	96
TABEL 21.1 TOTAL EXPECTED AGREEMENT OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN	
DAN CODER 2 KATEGORI TONE EMOSI	96
TABEL 22.2 TOTAL SELURUH KATEGORI EXPECTED AGREEMENT KATEGORI	
KECENDERUNGAN PESAN OLEH MITRA DRIVER GOJEK INDONESIA PENELITIAN DAN CODER 2	91



Daftar Pustaka

- Adieb, M. (2023, Mei 2). <https://glints.com/id/lowongan/>. Retrieved from <https://glints.com/id/>: <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/>
- Arifin, R. D. (2023, Oktober 25). <https://dianisa.com/internet/>. Retrieved from <https://dianisa.com/>: <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Dewaweb. (2023, Oktober 24). <https://www.dewaweb.com/blog/>. Retrieved from <https://www.dewaweb.com/>: <https://www.dewaweb.com/blog/manfaat-media-sosial-untuk-bisnis/>
- Dr. Sigit Hermawan, S. M. (2016). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: KENCANA.
- Erwan Efendi, A. T. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 1717.
- Fiska. (2023, Desember 14). <https://www.gramedia.com/literasi>. Retrieved from <https://www.gramedia.com/>: <https://www.gramedia.com/literasi/teori-bruner/>
- GoJek Indonesia. (2023, Januari 3). <https://www.gojek.com/en-id/app>. Retrieved from <https://www.gojek.com/>: <https://www.gojek.com/en-id/app/kilat-contract>
- Gunawan, G. (2019). ASPIRASI PENDIDIKAN SISWA UNTUK MELANJUTKAN STUDI KE JENJANG LEBIH TINGGI KAJIAN ESKRIPTIF TEORITIK SISWA SEKOLAH DASAR X DI KABUPATEN PANDEGLANG, PROPINSI BANTEN. *Gugun Gunawan -Aspirasi Pendidikan Siswa untuk Melanjutkan Studi ke Jenjang Lebih Tinggi Kajian Deskriptif Teoritik Siswa Sekolah Dasar X di Kabupaten Pandeglang, Propinsi Banten*127*Jurnal Pendidikan, Volume 20, Nomor 2, September 2019, 126-134, 127-128.*
- Harti Novika W, A. R. (2021, Juli 10). <https://jurnalpost.com/>. Retrieved from <https://jurnalpost.com/>: <https://jurnalpost.com/tantangan-penggunaan-jejaring-sosial-dalam-pemasaran-berbasis-online-pada-pelaku-usaha/23146/>
- Haryanti Puspa Sari, E. D. (2022, Oktober 9). <https://money.kompas.com/read>. Retrieved from <https://money.kompas.com/>: https://money.kompas.com/read/2022/10/09/191300426/hasil-survei-kemenhub--pendapatan-pengemudi-ojol-hampir-sama-dengan-biaya?page=all#google_vignette
- K, A. (n.d.). <https://www.gramedia.com/literasi/>. Retrieved from <https://www.gramedia.com/>: <https://www.gramedia.com/literasi/internet/>
- Kumparan. (2022, Desember 27). <https://kumparan.com/berita-terkini>. Retrieved from <https://kumparan.com/>: <https://kumparan.com/berita-terkini/pengertian-dan-fungsi-aspirasi-dalam-masyarakat-1zWO1cYcAcj/full>

- Lawrenza, B. (Skripsi Universitas Islam Riau). Analisis Isi Kuantitatif Like Dan Komentar Pada Unggahan Akun Instagram@ infopku_ (Studi Pada Informasi Akses Keluar Masuk Dijaga Selama Ppk Level 4, Wajib Tunjukkan Kartu Vaksin Hingga Uji Swab). *Jurnal* , 14-15.
- Mahmud Yunusa, E. S. (2019). Analisis Sistem Kerja Aplikasi Transportasi Online dalam Peningkatan Kinerja Driver . *SEMINAR NASIONAL PASCASARJANA 2019*, 1043.
- Mulachela, H. (2022, April 12). <https://katadata.co.id/agung>. Retrieved from <https://katadata.co.id/>: <https://katadata.co.id/agung/berita/625538cd327a4/kampanye-adalah-proses-komunikasi-ini-ciri-ciri-dan-jenisnya>
- Nandy. (n.d.). <https://www.gramedia.com/literasi/>. Retrieved from <https://www.gramedia.com/>: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#google_vignette
- Patel, T. (2017, Maret 31). <https://id.techinasia.com/talk/>. Retrieved from <https://id.techinasia.com/>: <https://id.techinasia.com/talk/mengukur-efektivitas-kampanye-humas-startup>
- Subarkah, T. (2019, Oktober 15). <https://mediaindonesia.com/megapolitan/>. Retrieved from <https://mediaindonesia.com/>: <https://mediaindonesia.com/megapolitan/265508/gojek-luncurkan-kampanye-gakpakelama>
- toba.ai. (2023, Juni 22). <https://toba.ai/blog>. Retrieved from <https://toba.ai/>: <https://toba.ai/blog/6-fitur-instagram-populer-yang-kamu-harus-tahu/>
- Universitas Medan Area . (2021, Agustus 5). <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2021/>. Retrieved from <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/>: <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2021/08/05/8-jenis-kampanye-pemasaran-untuk-meningkatkan-bisnis/>
- Yati, R. (2021, November 19). <https://ekonomi.bisnis.com/read/>. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/>: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211119/98/1468097/kppu-beberkan-daftar-masalah-driver-ojol-dan-perusahaan-aplikator>
- Yulianto, H. S. (2023, Juni 5). <https://www.bola.com/ragam/>. Retrieved from <https://www.bola.com/>: <https://www.bola.com/ragam/read/5310823/jenis-jenis-kampanye-yang-perlu-diketahui>