

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini teknologi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam aspek global, karena proses modernisasi semakin cepat berubah, oleh sebab itu setiap negara harus mampu bersaing dengan pemanfaatan teknologi serta mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Secara konkret dicontohkan bahwa hukum-hukum teknologi seperti ekstentifikasi, otomatisasi dan standarisasi dalam sistem produksi kemudian memaksakan tuntutan ekonomi dan politiknya pada manusia. Sistem produksi yang karenanya menghasilkan produk yang melimpah kemudian memaksa manusia untuk membelinya. Pemaksaan itu tidak disadari karena kapitalisme memiliki sistem periklanan yang kemudian berhasil memanipulasi kesadaran manusia tentang akan apa yang diinginkannya (*public wants*) seolah-olah menjadi sesuatu yang dibutuhkannya (*public needs*). Hal itu kemudian diperparah dengan nafsu pengusaha melakukan akumulasi modal dengan selalu berusaha meningkatkan keuntungan.¹

Perkembangan teknologi internet kini mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia adanya teknologi internet perubahan sosial terlihat nyata terjadi di dalam masyarakat Indonesia tak terkecuali mobilitas transportasi. Saat ini dengan

¹ Rachmawati, Indah dan Dodoy Rusnadi. 2011. Berkariier di Dunia Broadcast Televisi & Radio. Bekasi: Laskar Aksara. 35

cepatnya perkembangan teknologi informasi telah membuat proses dan strategis bisnis transportasi umum berubah. Teknologi informasi sudah dipandang sebagai salah satu senjata untuk bersaing di kompetisi global, kecenderungan ini terlihat dari tidak digunakannya lagi teknologi informasi sebagai pelengkap dari proses bisnis perusahaan transportasi umum online, namun teknologi informasi dijadikan sebagai bagian dari proses bisnisnya.²

Layanan teknologi informasi memainkan peran penting dalam mengubah hubungan penyedia layanan transportasi umum dengan lingkungannya. Di masa lalu, pengguna layanan transportasi bukan merupakan perhatian utama dari layanan teknologi informasi. Namun, pengguna transportasi umum *online* menjadi semakin penting artinya dan akan menjadi fokus utama bagi sebagian besar penyedia transportasi umum *online* di masa mendatang. Seluruh antarmuka transaksi dari pengguna layanan hingga pemasok hingga pemerintah dan pihak lainnya terkena dampak dari diterimanya transaksi elektronik secara luas. Meningkatnya akses internet melalui *smartphone* pada masyarakat Indonesia mengundang hadirnya transportasi *online* di Indonesia. Perkembangan jasa transportasi *online* ini tentu menjadi hal yang positif dan menguntungkan masyarakat karena kemudahannya akses dan juga sistem yang jauh lebih transparan

² (www.hukumonline.com/aplikasi-berbasis-teknologitransportasi/1123 (diakses pada tanggal 29 maret 2018 Pukul 15:00))

Beberapa tahun belakangan ini di Indonesia ramai bermunculan aplikasi transportasi berbasis *online* yang mana aplikasi ini memudahkan masyarakat dalam mengakses transportasi dalam mobilitas sehari-hari. Dimulai dari kemunculan Uber yang mengusung UberTaxi sebagai bisnis transportasi *online* pertama di Indonesia di tahun 2014, kemudian diikuti dengan kemunculan Gojek, GrabBike, dan aplikasi berbasis *online* lainnya. Transportasi berbasis *online* sebenarnya merupakan jawaban atas keluhan masyarakat akan transportasi yang murah, cepat dan efisien dalam pemesanan. Menengok kebelakang sebelumnya masyarakat harus menggunakan moda transportasi konvensional yang memiliki beberapa kekurangan seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bis yang sudah tidak layak beroperasi, ataupun faktor-faktor lain yang sering dikeluhkan oleh masyarakat pengguna transportasi umum.

Transportasi online yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah dari PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau biasa dikenal oleh masyarakat dengan Gojek. Gojek merupakan sebuah perusahaan penyedia jasa layanan transportasi yang menggunakan armada ojek motor dan mobil yang tersebar di hampir seluruh wilayah cakupan Indonesia. Didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2011. Kantor pusat nya terletak di Jl. Kemang Timur No.15 Mampang Prapatan, Jakarta. Seiring berkembangnya permintaan masyarakat terhadap layanan Gojek, kini Gojek memiliki kantor cabang di setiap daerah. Nadiem memadukan teknologi di usahanya ini dimana pelanggan bisa

menggunakan aplikasi di *smartphone* untuk menggunakan layanan Gojek. Selain itu ojeknya pun dilengkapi dengan GPS (*Global Positioning Sistem*) sehingga posisi ojek bisa dipantau melalui *smartphone*. Tarifnya pun bisa terukur dari seberapa jauh jarak yang ditempuh. Pada tahun 2016 10.000 *driver* sudah bergabung dalam PT ini. Banyaknya keuntungan menjadikan banyak orang mau bergabung menjadi *driver* Gocar, bonus yang disediakan pun tidak tanggung-tanggung, dimana bonus yang di sediakan dalam satu hari mencapai Rp 450.000,- dengan ketentuan poin yang didapatkan.³

Di Indonesia transportasi *online* terganjal masalah regulasi dan kejelasan payung hukum yang mengatur tentang transportasi umum. Tentunya diharapkan baik dari perusahaan terkait maupun dari pemerintah dapat menyikapi dan memberikan kebijakan yang adil untuk kepentingan bersama. Sikap dan juga kebijakan yang diambil harus menjunjung keadilan untuk banyak pihak termasuk *driver* yang menjadi mitra perusahaan. Pemerintah harus bijak menyikapi setiap perubahan yang terjadi di masyarakat, karena pastinya akan menimbulkan pro dan kontra yang apabila tidak segera ditangani akan menjadi masalah yang cukup berarti baik untuk masyarakat sendiri maupun kepentingan bersama. Salah satu kebijakan pemerintah yang baru- baru ini dikeluarkan tentang peraturan transportasi umum adalah Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia nomor 108 tahun 2017 tentang penyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan

³ <https://www.go-jek.com/about> (diakses pada 26 April 2018)

bermotor umum tidak dalam trayek. Peraturan ini mengatur tentang beberapa hal, misalnya argometer, tarif, wilayah operasi, kuota *driver*, jumlah kendaraan, bukti kepemilikan kendaraan bermotor atas nama badan hukum berbentuk koperasi, domisili tanda nomor kendaraan bermotor, sertifikat uji tipe atau KIR (pengujian kendaraan bermotor untuk mengetahui apakah memenuhi spesifikasi teknis yang dibutuhkan atau tidak), dan stiker bentanda angkutan sewa khusus. Namun kebijakan pemerintah ini tentunya ditolak oleh sebagian besar *driver online* termasuk *driver* Gocar karena mereka menganggap bahwa kebijakan yang diberikan tidaklah adil bagi mereka yang menggunakan mobil pribadi untuk menjadi mitra dari perusahaan transportasi *online*. Banyak *driver* berpendapat bahwa kebijakan tersebut sangat memberatkan mengingat bahwa sarana yang digunakan untuk menjadi mitra *driver* adalah mobil pribadi milik *driver* sehingga dengan kebijakan tersebut *driver* merasa dirugikan apalagi tidak ada kepastian dari pihak Gocar maupun perusahaan transportasi lainnya untuk tidak ‘*men-suspend*’ *driver* setelah melakukan uji KIR, pemasangan stiker dan sebagainya.

Fenomena taksi *online* tidak hanya ada di kota- kota besar saja tetapi saat ini sudah merambah ke kota- kota kecil salah satunya Magelang. Magelang adalah salah satu kota berkembang di Provinsi Jawa Tengah yang saat ini menjadi salah satu tempat fenomena taksi online berkembang. Pada pertengahan tahun 2017 taksi *online* mulai merambah ke kota Magelang, yang pertama adalah Gocar, lalu Grab dan terakhir Uber. Fenomena taksi *online* khususnya Gocar di Kota Magelang

sangatlah berkembang cepat, banyak masyarakat yang menyambut positif masuknya aplikasi transportasi berbasis *online* ini di Kota Magelang. Kemudahan dan juga biaya yang murah menjadi alasan masyarakat Magelang memilih transportasi berbasis *online* ini. Membahas mengenai fenomena taksi *online* baik di kota besar maupun di kota kecil seperti Magelang ini tentunya tidak terlepas dari pro dan kontra yang hadir di masyarakat. Banyak kontra yang hadir terutama dari pihak transportasi konvensional dan kebijakan pemerintah yang membuat aturan dan kebijakan. Namun beberapa masalah yang terjadi tidak menurunkan permintaan akan moda transportasi *online* ini, justru permintaan makin meningkat.

Penulis akhirnya mencoba mencari tahu lebih dalam tentang fenomena taksi *online* khususnya di daerah Magelang. Beberapa kali penulis mencoba memesan Gocar dan mencoba untuk membuka perbincangan dengan para *driver*. Dan memang beberapa kali penulis mendapati profil *driver* berbeda dengan *driver* yang datang menjemput. Hal ini menjadikan penulis memberanikan diri untuk bertanya kepada *driver* Gocar tersebut dan beberapa diantara mereka menjawab akun mereka adalah akun “vendor”. Dan ternyata kebanyakan yang menggunakan jasa “vendor” adalah mereka yang sudah pernah di *suspend* atau di putus mitra oleh pihak Gocar (menurut hasil wawancara responden inisial DM yang merupakan salah satu admin grup whatsapp driver online Magelang) sehingga mereka harus membuat akun baru lagi melalui ”vendor”, selain itu “vendor” juga dipilih di

karenakan pendaftaran *driver* via kantor Gocar sudah di tutup dikarenakan pembatasan kuota *driver* di Indonesia.⁴

Suspend atau putus mitra adalah *punishment* yang diberlakukan oleh pihak perusahaan penyedia layanan transportasi *online* kepada mitra nya atau *driver* yang dianggap melanggar peraturan dan ketentuan yang diberlakukan pihak Gocar. Peraturan yang diberlakukan oleh Gocar ada beberapa salah satu yang menjadi alasan banyaknya *driver* terkena *suspend* atau putus mitra adalah order fiktif. Order fiktif adalah order palsu yang biasanya dilakukan *driver* untuk menutup poin yang ditargetkan oleh pihak gocar, jadi *driver* menjalankan orderan tanpa membawa penumpang nya. Hal ini tentunya sangat merugikan pihak gocar karena *driver* dianggap melakukan penipuan kepada perusahaan, hal inilah factor utama mengapa banyak *driver* gocar terkena *suspend* atau putus mitra. Hal utama lain yang menjadikan banyaknya *suspend* adalah laporan dan rating dari *customer* Gocar sendiri, dan banyak nya *driver* yang berbeda antara profil di aplikasi dengan *driver* yang menjemput biasanya menjadi alasan *customer* memberi rating dan comment di aplikasi. Hal ini menjadi pertanyaan sendiri bagi penulis, mengapa antara profil *driver* dan juga *driver* yang menjemput bisa berbeda baik dari segi orang nya maupun mobil dan plat nomer nya, apakah ada jual beli akun di komunitas *driver* atau ada faktor lain?

⁴ Wawancara driver Gocar Bpk. DM

Hal inilah yang menjadikan penulis ingin melakukan penelitian tentang fenomena taksi *online* di Kota Magelang, tentang “vendor” dan juga mengenai kebijakan perusahaan mengenai “vendor” itu sendiri. Penulis ingin mengetahui apa yang membuat *driver* mau bergabung dengan “vendor” dan mengapa sebagian lagi tidak. Fenomena taksi *online* tentunya sangat menarik untuk diteliti karena merupakan kebutuhan masyarakat masa kini. sebagai orang awam, terkadang orang juga perlu tau tentang hal yang menyangkut kebutuhannya. Dalam penelitian kali ini penulis melibatkan langsung *driver* gocar yang berada di Kota Magelang agar peneliti mengetahui persepsi mereka terhadap “vendor” yang menaungi beberapa *driver* Gocar di Kota Magelang.

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang yang ada, terdapat masalah yang akan menjadi bahasan utama dalam penelitian ini adalah persepsi dari *driver online* terhadap “vendor” dan peneliti mengambil beberapa *driver* yang memiliki akun “vendor” dan *driver* yang memiliki akun kantor. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “ Bagaimana Persepsi *Driver* Gocar di Magelang Terhadap “Vendor” dengan Pola Pikir dan Keputusan *Driver* Gocar?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui fenomena mengenai transportasi *online* di Kota Magelang.
2. Mengetahui bagaimana pola pikir atau persepsi *driver* Gocar terhadap “vendor- vendor” yang bermunculan di tengah *driver*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya yaitu mengenai persepsi atau pola pikir manusia.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi penelliti adalah sebagai aplikasi ilmu yang diperoleh selama studi secara teori, serta sebagai suatu pelajaran dan pengalaman mengenai masalah penelitian yaitu mengenai persepsi.

- b. Universitas

Penelitian ini berguna untuk mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta secara umum dan mahasiswa program studi ilmu Komunikasi sebagai literature terutama untuk peneliti pada kajian yang sama.

E. Kerangka Teori

1. Psikologi Komunikasi

a. Teori Komunikasi

Pengertian Psikologi Komunikasi Psikologi berasal dari perkataan Yunani “*psyche*” yang artinya jiwa, dan “*logos*” yang artinya ilmu pengetahuan. Jika secara etimologi (menurut arti kata) psikologi artinya ilmu yang mempelajari tentang jiwa, baik mengenai macam-macam gejalanya, prosesnya maupun latar belakangnya. Dengan singkat disebut ilmu jiwa. Komunikasi menurut Louis Forsdale, ahli komunikasi dan pendidikan, “*Communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu.⁵

b. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai, “*a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such away as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the*

⁵ Abu Ahmadi, Psikologi umum, (Jakarta: Rineka Cipta: 1998), hal. 1

source.” (proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.⁶

2. Teori Kognitif

Teori sosial kognitif (*social cognitive theory*=teori kognitif sosial) adalah salah satu teori belajar yang menjelaskan pola perilaku. Teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura sejak tahun 1960an ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang cenderung untuk meniru atau meneladani apa yang mereka lihat melalui media atau orang lain. Teori sosial kognitif merupakan pengembangan dari teori belajar sosial yang menyediakan kerangka kerja untuk memahami, memprediksi, dan merubah perilaku manusia.

Teori sosial kognitif menekankan pada kapasitas manusia untuk belajar tanpa melalui pengalaman langsung. Teori sosial kognitif yang disebut juga dengan teori belajar observasional bergantung pada sejumlah hal termasuk kemampuan subjek untuk memahami dan mengingat apa yang ia lihat, melakukan identifikasi dengan cara memediasi karakter dan keadaan atau situasi yang mempengaruhi peniruan perilaku. Teori sosial

⁶ Rakhmat, DRS. Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. hlm 3

kognitif kerap kali digunakan untuk mempelajari media dan komunikasi massa, komunikasi kesehatan, dan komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal. Tujuan teori sosial kognitif adalah untuk menjelaskan bagaimana orang mengatur perilakunya melalui kontrol dan penguatan atau penguatan untuk mencapai perilaku yang diarahkan pada tujuan yang dapat dipertahankan sepanjang waktu.

Teori- teori yang berorientasi kognitif adalah teori teori yang menitikberatkan proses- proses sentral (misalnya sikap, ide, harapan) dalam menerangkan tingkah laku. Orientasi ini dibedakan dari orientasi psikoanalitik yang mempelajari proses yang paling dalam (misalnya: ketidaksadaran, id) dan teori teori *behavioristic* yang menekankan studinya tentang tingkah laku pada proses-proses luar (misalnya rangsang dan balas).⁷

Menurut Neisser kognisi adalah proses yang mengubah, mereduksi, memperinci, menyimpan, mengungkapkan, dan memakai setiap masukan (input) yang datang dari alat indra. Sedangkan menurut Scott struktur kognisi adalah struktur yang terdiri dari elemen-elemen berupa ide-ide yang secara sadar dipertahankan oleh seseorang atau satu set ide yang dipertahankan oleh orang yang bersangkutan dan setiap waktu tersedia bagi kesadaran.⁸

⁷ Sarwono, Sarlito Wirawan.2006. *teori-teori psikologi sosial*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

⁸ Ibid.84

3. Teori Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Oleh karenanya persepsi sangat penting bagi studi komunikasi dalam semua bentuk dan fungsinya. Dalam penelitian kali ini penulis akan melihat pada proses persepsi, proses yang mempengaruhi persepsi, dan atribusi.

Persepsi mengacu pada proses dimana kita menyadari banyak stimulus yang mengenai alat indra kita. Proses persepsi berlangsung dalam tiga tahap yaitu stimulus alat indra terjadi, stimulasi ini ditata dan stimulasi ini ditafsirkan.- dievaluasi. Persepsi bersifat kompleks, tidak ada hubungan satu lawan satu antara pesan yang terjadi di “luar sana” –dalam getaran udara dan dalam tanda- tanda hitam di atas sehelai kertas- dan pesan yang akhirnya memasuki otak kita. Apa yang terjadi di dunia luar sangat berbedaa dengan apa yang terjadi di otak kita. Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting untuk memahami komunikasi. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Tahap –

tahap ini tidaklah saling terpisah benar; dalam kenyataan ketiganya bersifat kontinu, bercampur baur dan bertumpang tindih satu sama lain.⁹

F. Kerangka Pemikiran



bagan 1. 1 kerangka konsep

Kerangka pemikiran tersebut dari teori kognitif dan persepsi yang masuk ke dalam pola pikir para *driver* gocar di Magelang yang kemudian menimbulkan keputusan *driver* untuk memilih ‘akun’ mana yang akan mereka pilih.

⁹A.Devito, Joseph.2011. *Komunikasi Antarmanusia*.Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group. Hal 80

Dalam teori kognitif, penulis mengambil pola pikir yang nantinya akan dipakai untuk melihat pola pikir yang digunakan oleh *driver* gochar, pola pikir sendiri memiliki beberapa turunan, yaitu mengubah, mereduksi, memperinci, menyimpan, mengungkapkan, dan memakai setiap masukan (*input*) yang datang dari alat indra, turunan ini yang nantinya akan penulis gunakan sebagai bahan untuk membuat kuisioner.

Selain itu penulis juga mengambil beberapa turunan dari persepsi untuk mencari tau apa saja yang menjadi keputusan *driver* Gocar dalam memilih akun yang akan digunakan, turunan tersebut yaitu stimulus alat indra terjadi, stimulasi ini ditata dan stimulasi ini ditafsirkan.- dievaluasi.

G. Hipotesis Penelitian

Suatu hipotesis dapat didefinisikan sebagai suatu pertanyaan formal mengenai hubungan antara variabel, dan diuji secara langsung. Dalam hal ini, perkiraan yang dibuat antara hubungan variabel dapat benar atau salah.¹⁰ Lalu kebenaran dalam hipotesis tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan. Setelah penelitian tersebut dilakukan, maka hipotesis yang dijabarkan bisa mendapatkan jawaban benar maupun salah. Jika hipotesis benar maka hipotesis diterima, yang disebut juga hipotesis alternatif dan diberi notasi

¹⁰ Morissan, M.A. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012. Hlm. 103

Ha. Jika hipotesis salah maka hipotesis ditolak, yang disebut juga dengan hipotesis nol, dan diberi notasi H_0 .¹¹

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Pola pikir dan persepsi tidak positif pada keputusan *driver online* Gocar area Magelang terhadap “vendor”

H_a : Pola pikir dan persepsi positif pada keputusan *driver online* Gocar area Magelang terhadap “vendor”

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variable ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka- angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Laporan akhir untuk penelitian umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan serta saran-saran.¹²

¹¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta. 2013. Hlm 253

¹² Noor, Dr Juiansyah.2011.*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Penelitian kuantitatif didasarkan pada asumsi sebagai berikut :

- a. Bahwa realitas yang menjadi sasaran penelitian berdimensi tunggal, fragmental, dan cenderung bersifat tetap sehingga dapat diprediksi.
- b. Variabel dapat diidentifikasi dan diukur dengan alat-alat yang objektif dan baku.¹³

Metode yang dipergunakan dalam penelitian kuantitatif, khususnya kuantitatif analitik adalah metode deduktif. Dalam metode ini teori ilmiah yang telah diterima kebenarannya dijadikan. Perumusan masalah, yang merupakan pertanyaan mengenai objek empiris yang jelas batas-batasnya serta dapat diidentifikasi faktor-faktor yang terkait di dalamnya.

Penelitian ini dalam pelaksanaannya berdasarkan prosedur yang telah direncanakan sebelumnya. Adapun prosedur penelitian kuantitatif terdiri dari tahapan-tahapan kegiatan seperti, identifikasi permasalahan, studi literature, pengembangan kerangka konsep, identifikasi dan definisi variabel, hipotesis, dan pertanyaan penelitian, pengembangan desain penelitian, teknik sampling, pengumpulan dan kuantifikasi data, analisis data, interpretasi dan komunikasi hasil penelitian.

2. Definisi Konsep dan Operasional

- a. Definisi Konsep

¹³ Sudjana. 2001. *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipasif*. Bandung: Falah Production

1) Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam bukunya Morrisson menyampaikan bahwa variabel bebas atau variabe independen merupakan variabel yang menghasilkan akibat pada variabel yang lain.¹⁴ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pola pikir *driver* Gocar area Magelang. *Driver* Gocar area Magelang dikaitkan dengan pola pikir mereka terhadap “vendor” hal ini yang dijelaskan dengan beberapa proses kognitif, yaitu :

a) *Remember* (Mengingat)

Mengingat adalah kemampuan memperoleh kembali pengetahuan yang relevan dari memori jangka panjang. Kategori *Remember* terdiri dari proses kognitif *Recognizing* (mengetahui kembali) dan *Recalling* (mengingat). Rancangan evaluasi untuk menilai *Remember, driver* diberi pertanyaan yang berkaitan dengan proses kognitif *Recognizing* (mengetahui kembali) dan *Recalling* (mengingat).

b) *Understand* (Memahami)

¹⁴ Morrisson, M.A. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012. Hlm 73

Memahami adalah kemampuan merumuskan makna dari pesan pembelajaran dan mampu mengkomunikasikannya dalam bentuk lisan, tulisan maupun grafik. *Driver* mengerti ketika mereka mampu menentukan hubungan antara pengetahuan yang baru diperoleh dengan pengetahuan mereka yang lalu.

c) *Apply* (Menerapkan)

Menerapkan adalah kemampuan menggunakan prosedur untuk menyelesaikan masalah. *Driver* memerlukan latihan masalah sehingga *driver* terlatih untuk mengetahui prosedur apa yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah.

d) *Evaluate* (Menilai)

Menilai didefinisikan sebagai kemampuan melakukan judgement berdasar pada kriteria dan standar tertentu. Kriteria sering digunakan adalah menentukan kualitas, efektifitas, efisiensi, dan konsistensi, sedangkan standar digunakan dalam menentukan kuantitas maupun kualitas. Rancangan evaluasi mencakup kemampuan untuk membentuk suatu pendapat mengenai sesuatu atau beberapa hal, bersama dengan pertanggungjawaban pendapat itu yang berdasar kriteria tertentu.

e) *Create* (Berkerasi)

Create di sini diartikan sebagai meletakkan beberapa elemen dalam satu kesatuan yang menyeluruh sehingga terbentuklah dalam satu bentuk yang koheren atau fungsional. *Driver* dikatakan mampu *Create* jika dapat membuat produk baru dengan merombak beberapa elemen atau bagian ke dalam bentuk atau stuktur yang belum pernah diterangkan oleh guru sebelumnya.

2) Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang terikat atau bergantung pada variabel bebas. Variabel terikat atau dipenden merupakan variabel yang diteliti yang memiliki nilai yang diduga bersal dari variabel bebas yang ditentukan sendiri oleh peneliti secara sistematis. Keberadaan peneliitan ini sendiri dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus dan topik penelitian. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah persepsi dan keputusan *driver* Gocar Magelang terhadap “vendor”. Adapun untuk variabel terikat dalam penelitian ini memiliki tiga item, yaitu :

a) Pengalaman

Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian rangkaian peristiwa yang kita hadapi.

b) Motivasi

Proses konstruktif sangat banyak melibatkan unsur- unsur motivasi. Upaya untuk mendeteksi pengaruh motivasi sosial terhadap persepsi telah menjadi tanda aliran “*new look*” pada tahun 1950-an. Yang terakhir disebut *perceptual defence* (pembelaan persepsi). Bila anda dihadapkan kepada stimuli yang mengancam anda, anda bereaksi begitu rupa sehingga mungkin tidak akan menyadari bahwa stimuli itu ada. Di sini berlaku dalil komunikasi – anda hanya mendengar apa yang mau anda dengar, dan anda tidak akan mendengar apa yang tidak ingin anda dengar.

c) Kepribadian

Dalam psikoanalisis, dikenal proyeksi, sebagai salah satu cara pertahanan ego. Proyeksi adalah mengekternalisasikan pengalaman subjektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal, orang mengenakan pada orang lain sifat- sifat yang ada pada dirinya, yang tidak disenanginya.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/ anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian. Populasi dan sampel penelitian adalah orang- orang yang memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian.

Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik probabilitas *proportionate stratified random sampling*, yaitu penentuan sampel yang memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi. Teknik ini umumnya digunakan pada populasi heterogen (tidak sejenis) yang dalam hal ini berbeda grup *whatsapp* driver online. Strata atau kelompok diambil secara proporsional untuk memperoleh besaran sampel pada masing-masing kelompok.¹⁶ Dalam penelitian ini populasi dan sampelnya meliputi *driver* Gocar area Magelang yang dihitung dari beberapa grup *whatsapp driver online* Magelang (Mitra Gocar A, Mitra Gocar B, DOM, Kapak Merah, dan Shadow JB).

Adapun narasumber penelitian dalam hal ini peneliti memilih beberapa informan yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Mereka yang sedang terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- b. Mereka yang menguasai dan memahami sesuatu proses, sehingga sesuatu itu bukan sekedar mengetahui tetapi juga memahami dan mengikuti perkembangannya.

¹⁵ Ibid., hlm. 147-148

¹⁶ Ibid., hlm. 152-153

c. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi berdasarkan pendapatnya sendiri melainkan juga berdasarkan kenyataan dilapangan.

Sehubungan dengan responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah *driver* yang jumlahnya diketahui secara pasti sehingga untuk menentukan ukuran sampel, peneliti berpedoman menggunakan rumus Slovin untuk menentukan berapa minimal sample yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Di mana :

n = Jumlah Elemen/ anggota sampel

N = Jumlah Elemen/ anggota populsi

e = *Error level* (tingkat kesalahan) dalam penelitian kali ini penulis menggunakan 0,05%.

Dalam penelitian kali ini sample yang akan digunakan oleh penulis adalah *driver* Gocar area Magelang yang berjumlah 618 orang dalam satu grup. Maka jumlah elemen populasi (N) = 618 orang, error level yang ditetapkan oleh peneliti 0,05%, maka jumlah sampel nya:

$$n = \frac{618}{1+(618 \times 0,05^2)}$$

$$= \frac{618}{1+1,54} = 243,30 \text{ (dibulatkan menjadi 243 responden)}$$

Jadi sampel yang diambil oleh peneliti adalah sebanyak 243 orang.

Populasi dalam grup *whatsapp driver online* area Magelang sejumlah 618, dan tingkat kesalahan 0,05% diperoleh besar sampel adalah 243. Populasi sendiri terbagi ke dalam 5 bagian (Mitra Gocar A, Mitra Gocar B, DOM, Kapak Merah, dan Shadow JB) yang masing masing berjumlah:

Mitra Gocar A : 184 orang

Mitra Gocar B : 75 orang

DOM : 162 orang

Kapak Merah : 107 orang

Shadow JB : 90 orang

Maka jumlah sampel yang diambil berdasarkan masing- masing bagian tersebut ditentukan kembali dengan rumus $n = (\text{populasi kelompok/populasi keseluruhan} = n) \times \text{jumlah sampel yang ditentukan}$.

Mitra Gocar A : $184/618 \times 243 = 72,34$ dibulatkan menjadi 72

Mitra Gocar B : $75/618 \times 243 = 29,49$ dibulatkan menjadi 30

DOM : $162/618 \times 243 = 63,69$ dibulatkan menjadi 64

Kapak Merah : $107/618 \times 243 = 42,07$ dibulatkan menjadi 42

Shadow JB : $90/618 \times 243 = 35,38$ dibulatkan menjadi 35

Sehingga dari keseluruhan sampel kelompok tersebut adalah $72+30+64+42+35= 243$ sampel.

4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Dalam buku Metode Penelitian Survei oleh Morissa, M.A., dijelaskan bahwa penelitian kuantitatif memiliki beberapa metode pengumpulan data seperti survei yang mencakup survei melalui telepon, survei surat, dan survei internet. Pada metode ini, pertanyaan yang diajukan bersifat tetap (statis), atau sudah terstandar. Untuk mengumpulkan data di lapangan, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan metode angket. Untuk jenis data ada 2, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama (sumber utama), misalnya dari individu atau perseorangan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data survei kemudian pengumpulan data menggunakan metode angket (kuisisioner). Metode angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis oleh peneliti untuk disampaikan dan diisi oleh responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yakni angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang

keadaan yang dialami oleh responden sendiri. Penelitian ini menggunakan angket yang telah disusun berdasarkan skala Guttman. Skala Guttman merupakan skala yang menggunakan serangkaian pertanyaan yang terkait dengan suatu topik atau isu tertentu, dan kemudian disusun menurut derajat intensitasnya. Skala pengukuran Guttman biasanya mendapat tipe jawaban yang tegas, ya atau tidak, pernah atau tidak pernah, dan lain – lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi yang artinya hanya memiliki dua alternatif. Penelitian dengan menggunakan skala Guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.¹⁷

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua yaitu pemrosesan dari data primer. Pemrosesan dari kuisioner dilakukan melalui SPSS for Windows. Selain itu, data sekunder berasal dari buku, jurnal, artikel maupun sumber data yang melengkapi data penelitian.

5. Validitas dan Reabilitas

a. Validitas

Validitas/ kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar benar mengukur apa yang diukur. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan

¹⁷ Morrisian. Op.Cit. hlm 92

fungsi ukurannya.¹⁸ Untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment*. Adapun Rumusnya yaitu

$$r_{ix} = \frac{n. (\sum ix) - (\sum i). (\sum x)}{\sqrt{\{n\sum i^2 - (\sum i)^2\} \cdot \{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{ix} = Koefisien kolerasi item-total

i = skor item

x = skor total

n = Banyaknya subjek

Syarat bahwa pernyataan valid adalah:

- 1) Ada kolerasi positif antara skor item dengan skor total.
- 2) Nilai r hitung $>$ r table dan P maksimum 0,05.

Item-item yang tidak memenuhi kedua syarat tersebut atau hanya memenuhi satu syarat saja dinyatakan tidak valid atau gugur.

¹⁸ Budi Purbayu Santosa dan Ashari.2005.*Analisis Statistik dengan Microsoft Axcel & SPSS*.Yogyakarta. :Andi Offset

b. Reabilitas

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap¹⁹. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan internal consistency reliability yang menggunakan Cronbach Alpha untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuisioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Sebuah faktor dinyatakan reliabel atau handal jika koefisien Alpha lebih besar dari 0,6. Sebagaimana uji validitas, uji reliabilitas juga dilakukan dengan bantuan software SPSS 16 for Windows.

Rumus reliabilitas dengan metode Alpha adalah:²⁰

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

¹⁹ Ibid., hlm. 249

²⁰ Priyatno, Dewi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Banyaknya subjek

6. Analisis Data

a) Pengujian Koefisien Korelasi

Salah satu cara untuk analisis data adalah dengan menggunakan korelasi product moment yang diungkapkan oleh Pearson. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan keeratan antara dua variabel bila kedua variabel berbentuk likert, dan sumber data dari kedua variabel adalah sama, dengan rumus seperti berikut:²¹

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi antara variabel x dan variabel y

x = (xi-x)

²¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2013. hlm 228

$$y = (y_i - \bar{y})$$

Tujuan penelitian korelasional menurut Garu dalam Emzir adalah untuk menentukan hubungan antara variabel, atau untuk menggunakan hubungan tersebut untuk membuat prediksi.²² Sedangkan menurut Suryabrata adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi.²³

Koefisien korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (strenght) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, penulis memberikan kriteria sebagai berikut :²⁴

0 : tidak ada korelasi antara dua variabel

> 0 - 0,25 : korelasi sangat lemah

> 0,25 – 0,5 : korelasi cukup

> 0,5 – 0,75 : korelasi kuat

²² Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007. Hlm 38

²³ Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994. hlm. 24

²⁴ Jonathan, Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006. Hlm 87

> 0,75 – 0,99 : korelasi sangat kuat

1 : korelasi sempurna

b) Analisis Regresi Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis regresi sederhana adalah metode statistik untuk melakukan prediksi tinggi rendahnya kecaenderungan variabel independen, yang bergejala interval atau rasio yang sudah diketahui. Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (variabel Y), nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada periode waktu sebelumnya. Model persamaan regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut:²⁵

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Subjek variabel terikat yang diprediksi

a : harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

²⁵ Morissan, M.A. *Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana. 2010 hlm. 401-402

b : angka arah atau koefisien regresi ,yang menunjukkan angka peningkatan maupun penurunan variabel dependen yang di dasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

c) Pengujian Hipotesis

Sebuah koefisien korelasi harus memiliki nilai yang berarti atau signifikan.

Untuk menguji koefisiens korelasi tersebut, langkah – langkah yang harus dilakukan adalah :

Hipotesis statistik uji t hitung²⁶ :

Keterangan :

t = nilai uji

r = koefisien korelasi

n-2 = derajat kebebasan

Statistik uji tabel :

Derajat kebebasan (dk) = (n-2)

Tarif Signifikansi (a) = 0,05

Penentuan t hitung dengan t tabel

Bila t hitung < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak ada hubungan

²⁶ Morissan, M.A. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012. Hlm. 349

Bila t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada suatu hubungan.

7. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala dikotomi yang merupakan skala yang menawarkan dua pilihan jawaban yang harus dipilih salah satunya. Skala ini dipilih oleh peneliti karena peneliti ingin jawaban tegas dari responden.

8. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada *driver* Gocar Magelang yang tergabung dalam beberapa grup seperti “Mitra Gocar A”, “Mitra Gocar B”, “*Driver Online* Magelang (DOM)”, Shadow JB dan grup “Kapak Merah” secara langsung menggunakan kuisisioner atau angket baik online maupun hard copy dan juga wawancara mendalam kepada beberapa *driver*. Penelitian ini akan dilakukan di :

Lokasi : *Base Camp* Grup “Kapak Merah” Jalan Sutopo, Magelang, Jawa Tengah.

Rentang Usia : 20-45 tahun.