



Judul Skripsi :

**“PEMASARAN VIRAL “JO&JEK” DI YOUTUBE TERHADAP KESADARAN TAAT LALU LINTAS MASYARAKAT WILAYAH PAMULANG BARAT”**

Skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan  
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

NAMA : Abiyasa Wicaksana

N I M : 1510411060



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA TAHUN 20

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Abiyasa Wicaksana

NRP : 1510411060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Juli 2019



## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Abiyasa Wicaksana  
NRP : 1510411060  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Advertising  
Judul : **Pemasaran Viral "Jo&Jek" di *Youtube* Terhadap Kesadaran Taat Lalu Lintas Masyarakat Wilayah Pamulang Barat**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata I (satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



( Dra. Rini Riyantini, M.Si. )

Pembimbing Pendamping



( Ahmad Zakki Abdulah, S.ip, M.Si )

Ketua Program Studi,



(Azwar, SS., M.Si )

Ditetapkan di : Jakarta

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PEMASARAN VIRAL “JO&JEK” DI YOUTUBE TERHADAP KESADARAN TAAT LALU LINTAS MASYARAKAT WILAYAH PAMULANG BARAT”** \

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan Ilmu Komunikasi pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih serta rasa hormat kepada pihak yang telah berkenan berbagi ilmu dan pengalaman sehingga membantu kelancaran penulis dalam proses penyusunan skripsi, yaitu kepada:

1. Dra. Rini Riyantini, M.Si. selaku pembimbing skripsi 1 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
2. Ahmad Zakki Abdulah, S.ip., M.Si selaku pembimbing skripsi 2 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dan pengalaman khususnya dibidang periklanan.
6. Kepada Ibu dan Bapak saya yang selalu memberikan doa dan kepercyaannya
7. Hafiz dan Naufal sebagai teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini.

8. Anggota DTBH Factory sebagai pemberi spirit dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh klien saya baik di Fiverr maupun pribadi yang telah menyisihkan rezekinya dalam membantu dalam urusan pembiayaan yang berurusan dengan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap apa yang penulis tuangkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 26 Juli 2019



Abiyasa Wicaksana

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abiyasa Wicaksana  
NRP : 1510.411.060  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PEMASARAN VIRAL “JO&JEK” DI YOUTUBE TERHADAP KESADARAN TAAT LALU LINTAS MASYARAKAT WILAYAH PAMULANG BARAT**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan,



Abiyasa Wicaksana

**PEMASARAN VIRAL “JO&JEK” DI YOUTUBE TERHADAP  
KESADARAN TAAT LALU LINTAS MASYARAKAT WILAYAH  
PAMULANG BARAT**

**ABIYASA WICAKSANA**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan besar tidaknya pengaruh yang diberikan oleh pemasaran viral Jo&Jek terhadap kesadaran taat lalu lintas masyarakat wilayah Pamulang Barat. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Pamulang Barat berusia 18-64 tahun yang menggunakan jasa Go-jek. Sampel dilakukan melalui probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar melalui media online sebanyak 100 responden. Metode penelitian terdiri atas analisis deskriptif berupa skor rata-rata, dan analisis inferensial menggunakan uji regresi, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis deskriptif, responden setuju dengan pernyataan seluruh variabel pernyataan pemasaran viral Jo&Jek dan dalam pernyataan variabel pernyataan tata lalu lintas masyarakat Pamulang Barat, responden setuju pada dimensi tindakan dan sikap dan tidak setuju pada dimensi pengetahuan. Berdasarkan analisis inferensial, Pemasaran viral dalam uji regresi terdapat angka koefisien sebesar 0,646 dari pemasaran viral Jo&Jek, uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh sebesar 64,6%, dan uji hipotesis dengan hasil t hitung  $13,375 > 1,660$  t tabel. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh Pemasaran viral “Jo&Jek” terhadap kesadaran taat lalu lintas masyarakat wilayah Pamulang Barat dan terdapat pengaruh yang besar oleh pemasaran viral “Jo&Jek” terhadap kesadaran taat lalu lintas masyarakat Pamulang Barat.

**Kata Kunci :** *Pemasaran Viral, Jo&Jek, Kesadaran, Kuantitatif, Survey, Pamulang Barat*

**“JO&JEK” VIRAL MARKETING ON TRAFFIC REGULATION  
AWARENESS OF WEST PAMULANG COMMUNITIES**

**ABIYASA WICAKSANA**

**Abstract**

*This study aims to determine whether there is an influence and the size of the influence provided by Jo&Jek's viral marketing on the public traffic management awareness of the Pamulang Barat region. The approach in this study is a quantitative approach with a survey method. The sample in this study was the West Pamulang community, aged from 18 thru 64 who used the Go-jek services. The sample is done through probability sampling. Data collection was conducted with a questionnaire distributed through online media as many as 100 respondents. The research method consists of descriptive analysis in the form of average scores, and inferential analysis using regression tests, test coefficient of determination, and hypothesis testing. The results of this study indicate that based on descriptive analysis, respondents agree with the statement of all Jo&Jek's viral marketing statement variables and for the Pamulang Barat statement of traffic governance statement variable, respondents agree on the dimensions of actions and attitudes and disagree on the knowledge dimension. Based on inferential analysis, viral marketing in the regression test has a coefficient number of 0,646 from Jo&Jek's viral marketing, the determination coefficient test shows an influence of 64,6%, and hypothesis testing with the results of t count 13,375 > 1.660 t table. The results of the study stated that there was an effect of viral marketing "Jo & Jek" on the obedient awareness of the traffic of the Pamulang Barat region and there was a big size of significant effect by viral marketing "Jo & Jek" on Pamulang Barat's traffic management awareness.*

**Key Word:** *Viral Marketing, Jo&Jek, Quantitative, Awareness, Survey, West Pamulang*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vi</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5 Sistematika Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB 2</b> .....	<b>7</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2 Konsep Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2.1 Taat lalu lintas</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2.2 Masyarakat Pamulang Barat</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2.3 Jo&amp;Jek</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2.4 YouTube</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Teori Penelitian</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3.1 Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3.2 Pemasaran Viral</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.3 Teori Kesadaran</b> .....	<b>19</b>
<b>2.4 Kerangka Berfikir</b> .....	<b>21</b>
<b>2.5 Hipotesis</b> .....	<b>22</b>
<b>BAB 3</b> .....	<b>23</b>
<b>METODOLOGI</b> .....	<b>23</b>
<b>3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>23</b>
<b>3.2.1 Populasi</b> .....	<b>23</b>
<b>3.2.2 Sampel</b> .....	<b>24</b>
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>25</b>
<b>a. Menyebarkan Kuesioner</b> .....	<b>25</b>
<b>b. Uji Validitas</b> .....	<b>26</b>

c. Uji Reliabilitas .....	28
3.3.1 Operasionalisasi Variabel .....	30
3.4 Metode Analisis Data.....	36
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	36
a. Karakteristik Responden .....	36
b. Analisis Rata-Rata Skor.....	36
3.4.2 Analisis Inferensial .....	37
a. Uji Regresi .....	37
b. Uji Koefisien Determinasi.....	37
c. Uji Hipotesis .....	38
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
<b>BAB 4.....</b>	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Sejarah Go-jek .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	42
a. Karakteristik Responden .....	42
b. Analisis Rata-Rata Skor Pemasaran Viral Jo&Jek .....	43
c. Analisis Rata-Rata Skor Kesadaran taat lalu lintas Masyarakat Pamulang Barat .....	45
4.2.2 Analisis Inferensial .....	47
a. Uji Regresi .....	47
b. Uji Koefisien Determinasi.....	48
c. Uji Hipotesis .....	48
4.3 Pembahasan Penelitian .....	50
<b>BAB 5.....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berfikir.....	19
--------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2	Tabel Uji Validitas Pemasaran Viral Jo&Jek di <i>YouTube</i> .....	27
Tabel 3	Tabel Uji Validitas Kesadaran Lalu Lintas Masyarakat Pamulang Barat.....	28
Tabel 4	Tingkat Reliabilitas : Nilai Alpha Cronbach .....	29
Tabel 5	Uji Reliabilitas Pemasaran Viral Jo&Jek di <i>YouTube</i> .....	29
Tabel 6	Uji Reliabilitas Kesadaran Taat Lalu Lintas Masyarakat Pamulang Barat.....	30
Tabel 7	Operasional Variabel.....	31
Tabel 8	Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
Tabel 9	Jenis Kelamin .....	43
Tabel 10	Skor Rata-Rata Pemasaran Viral Jo&Jek.....	44
Tabel 11	Skor Rata-Rata Kesadaran taat lalu lintas Masyarakat Pamulang Barat.....	49
Tabel 12	Uji Regresi.....	54
Tabel 13	Uji Koefisien Determinasi .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Olah
Lampiran 2	Lembar Kuesioner
Lampiran 3	Kuesioner Google Forms online dan GeoCode Script
Lampiran 4	Hasil Data Pernyataan
Lampiran 5	Uji Validitas Variabel X
Lampiran 6	Uji Validitas Variabel Y
Lampiran 7	Uji Validitas Variabel Y
Lampiran 8	Uji Turnitin
Lampiran 9	Riwayat Hidup