

Dampak Kekerasan Verbal Pada Reputasi Ojek Online

M. Januar Alifiansyah*, Indri Rachmawati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

januaralifiansyah@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. With technological advances in the information sector, Indonesians carry out various online communication activities via the internet such as getting actual news through online news portals, one of which is getting news about cases of verbal violence. Verbal violence can be committed by anyone including online motorcycle taxi drivers. The purpose of this study is to determine the extent of the influence of verbal violence cases committed by online motorcycle taxi drivers in online news on online motorcycle taxi users. The method used in this research is quantitative with a correlational approach. Data analysis techniques in this study using simple linear regression analysis techniques. Data collection in this study was obtained through a questionnaire given to the sample. The sample in the study amounted to 92 Unisba students who were obtained using the slovin technique and then narrowed down using random cluster sampling technique. The correlation test results show a positive 0.230 from the coefficient interval of 1,000, it can be seen that cases of verbal violence in online news have a significant effect but the trust of online motorcycle taxi users in online motorcycle taxi drivers remains positive.

Keywords: *Online Motorcycle Taxi, Verbal Abuse, Online News Portals.*

Abstrak. Dengan kemajuan teknologi pada bidang informasi, masyarakat Indonesia melakukan berbagai aktivitas komunikasi online melalui internet seperti mendapatkan berita aktual melalui portal berita online, salah satunya adalah mendapatkan berita mengenai kasus kekerasan secara verbal. Kekerasan verbal dapat dilakukan oleh siapa saja termasuk driver ojek online. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana pengaruh kasus kekerasan verbal yang dilakukan ojek online di berita online terhadap pengguna ojek online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Pengambilan data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada sampel. Sampel pada penelitian berjumlah 92 mahasiswa Unisba yang didapatkan menggunakan teknik slovin lalu dipersempit dengan menggunakan teknik random cluster sampling. Hasil uji korelasi menunjukkan positif 0,230 dari interval koefisien 1.000 maka dapat diketahui bahwa kasus kekerasan verbal di pemberitaan online memiliki pengaruh yang signifikan namun kepercayaan pengguna ojek online terhadap pengemudi ojek online tetap positif.

Kata Kunci: *Ojek Online, Kekerasan Verbal, Portal Berita Online.*

A. Pendahuluan

Awal mula aplikasi ojek online hadir dan pamornya meningkat di Indonesia yaitu diawali ketika beberapa perusahaan transportasi online merilis aplikasinya masing masing pada tahun 2014 hingga 2015. Perusahaan yang menjadi pelopor perilis aplikasi ojek online yang memberikan jasa berupa antar jemput penumpang yaitu Uber pada tahun 2014. Setelah itu pada tahun 2015 yang sama terdapat dua perusahaan yang turut merilis aplikasi ojek online yaitu Grab dan Go-Jek. (Yanwar et al., 2021)

Seiring dengan berkembangnya teknologi pada bidang transportasi, teknologi di bidang media komunikasi pun turut berkembang, dengan kemajuannya teknologi di bidang media komunikasi, kini setiap individu dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa harus berada di tempat yang sama, hal ini sangat memudahkan semua orang karena dapat menghemat waktu (Zahro et al., 2023). Selain untuk berkomunikasi secara individu, teknologi media komunikasi pun memudahkan semua orang untuk mendapatkan informasi yang ingin diketahui seperti membaca berita yang terjadi hari ini ataupun berita spesifik yang dibutuhkan atau disukai oleh seseorang pada sebuah portal berita online. (Pohan et al., n.d.)

Tingkat kasus kekerasan yang terjadi di Indonesia dapat dibilang mencapai angka yang mengkhawatirkan (Antu et al., n.d.), sudah tidak heran apabila setiap minggu terdapat unggahan berita kekerasan yang baru ataupun update mengenai kelanjutan dari berita kekerasan tersebut.

Berdasarkan ringkasan data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen-PPPA), sejak tanggal 1 Januari tahun 2024 sampai tanggal peneliti melakukan cek data pada tanggal 1 Juni 2024, sudah tercatat jumlah kasus kekerasan sebanyak 8.782 kasus yang terdiri dari 1.932 korban laki-laki dan 7.661 korban perempuan. Sedangkan pada tahun 2023 periode 1, jumlah kasus yang terhitung mulai dari 1 Januari 2023 hingga 27 September 2023 tercatat sebanyak 19.593 kasus kekerasan yang terjadi. Hal ini sangat disayangkan karena berdasarkan data tersebut jumlah kasus kekerasan yang terjadi di negara ini dapat disebut tinggi (Dimas Ongko Wijoyo, 2023).

Dari data kasus kekerasan yang terdapat pada website tersebut, terbagi menjadi beberapa jenis kasus kekerasan yang terjadi, seperti kekerasan seksual yang jumlahnya paling tinggi yang mencapai 4.062 kasus, lalu ada kasus kekerasan yang memiliki jumlah terbanyak kedua yaitu kasus kekerasan secara fisik sebanyak 2.999 kasus, setelah itu diikuti dengan kasus kekerasan yang menyerang psikis sebanyak 2.733 kasus kekerasan. Selain ketiga kasus kekerasan tersebut masih ada jenis kekerasan lain seperti eksploitasi, trafficking, penelantaran, dan jenis jenis kekerasan lainnya.

Kekerasan verbal yang dapat menyerang psikis seseorang menjadi salah satu kasus kekerasan yang sering terjadi seperti pada data di atas, kekerasan ini dapat terjadi dimanapun dan dapat dilakukan oleh siapapun, Menurut Johnson, Kekerasan verbal justru lebih merugikan daripada kekerasan secara fisik karena sifatnya yang merupakan bentuk kekerasan psikologis. Kekerasan verbal lebih menyerang emosional dan mental seseorang. Kekerasan semacam ini dapat mempengaruhi perkembangan pribadi dan kemampuan sosial, serta memengaruhi pola pikir dan psikologis seseorang (Oktania et al., 2022)

Maka dari itu, berita mengenai kasus kekerasan verbal yang dilakukan oleh driver ojek online pun dapat mempengaruhi reputasi perusahaannya karena berita yang tersebar pada portal berita online dapat diakses oleh semua orang termasuk para penggunanya (Faiq Muhammad Fauzan et al., 2024). Banyaknya jumlah mitra atau driver yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dapat menjadi keuntungan karena semakin banyak ketersediaan driver yang memberikan jasa kepada pelanggan mungkin akan menaikkan keuntungan pada perusahaan tersebut. Namun, dengan banyaknya driver yang dimiliki pun tidak menutup kemungkinan bahwa tingkat kesalahan yang dilakukan oleh driver nya pun meningkat dan berimbas pada reputasi perusahaan (Alfian et al., n.d.).

Kasus – kasus kekerasan verbal mungkin bisa mempengaruhi pandangan dan juga tindakan yang dilakukan pelanggan pada kedepannya (Lestariningsih, 2021). Selain itu, kasus-kasus kekerasan verbal yang terjadi mungkin dapat membuat citra sebuah perusahaan yang menawarkan jasa ojek online menjadi buruk. Maka dari itu, peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui adakah pengaruh dari kasus kekerasan verbal yang dilakukan oleh driver ojek online terhadap kepercayaan pengguna jasa ojek online dengan membuat penelitian berjudul “Pengaruh Kasus Kekerasan Yang Dilakukan Driver Ojek Online Terhadap Kepercayaan Pengguna Ojek Online”.

Berdasarkan fokus dari penelitian ini, maka dapat dikatakan pertanyaan pada penelitian ini seperti “Sejauh mana pengaruh kasus kekerasan verbal yang dilakukan oleh driver ojek online

terhadap kepercayaan pengguna ojek online?”.

B. Metode

Dalam dunia penelitian, metodologi merupakan aspek yang sangat krusial. Untuk mencapai hasil yang diharapkan, pentingnya pemilihan metode penelitian yang sesuai tidak bisa diabaikan. Dalam menggunakan metode penelitian, langkah-langkah prosedural haruslah akurat agar tujuan penelitian tercapai dengan sukses dan penelitian dapat berjalan dengan teratur.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam bukunya Sugiono mengatakan, penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang didasari oleh Filsafat positivisme yang berasumsi bahwa realitas dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, dapat diamati, diukur, dan mempunyai hubungan sebab akibat dan gejala (Sugiyono, 2013) Data yang akan diuji dalam penelitian ini berupa variable X “Kasus Kekerasan Verbal Di Pemberitaan Online” terhadap variable Y “Kepercayaan Pengguna Ojek Online”.

Adapun paradigma yang dipakai pada penelitian ini adalah paradigma positivistic. Menurut Sugiyono paradigma dijabarkan sebagai gagasan yang ditujukan pada hubungan anatara variabel-variabel yang akan diteliti dan perlu dijawab dengan penelitian, teori yang digunakan dalam penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data dari kuesioner menjadi data utama yang digunakan dalam penelitian ini. Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara bersamaan dan online melalui Google Form sebagai pihak ketiga. Penulis mempertimbangkan untuk memilih populasi dari mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2022 dan 2023 dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menerapkan analisis regresi linier sederhana untuk mengevaluasi dampak pemberitaan kasus kekerasan verbal terhadap tingkat kepercayaan pengguna ojek online. Dalam studi ini, variabel independen adalah Kasus Kekerasan Verbal (X), sedangkan variabel dependennya adalah Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y).

Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	21.551	2.266		.000
	Kasus Kekerasan Verbal	.192	.037	.480	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pengguna Ojek Online

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan temuan di atas, penjelasan berikut dapat diketahui bahwa konstanta bernilai positif mengindikasikan bahwa variabel independen bersifat konstan maka variabel dependen menunjukkan nilai positif, dan koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,192 dengan tanda positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan kasus kekerasan verbal dalam pemberitaan online akan berdampak pada peningkatan kepercayaan pengguna ojek online.

Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai t hitung yang diperoleh adalah 5,191. Sementara itu, nilai kritis t tabel pada tingkat signifikansi α 5% (0,05) dan derajat kebebasan $df = n - k = 92 - 2 = 90$ adalah 1,986. Dengan demikian, karena t hitung (5,191) lebih besar dari t tabel (1,986) dan nilai Sig. (0,001) kurang dari α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kasus kekerasan verbal dalam pemberitaan online terhadap kepercayaan pengguna ojek online (Y). Selanjutnya, nilai koefisien

determinasi (R) diperoleh seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 ^a	.230	.222	2.252

a. Predictors: (Constant), Kasus Kekerasan Verbal

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2, nilai koefisien korelasi yang diperoleh adalah 0,480, dan koefisien determinasi sebesar 0,230 atau 23%. Ini menunjukkan bahwa 23% dari variabilitas Y dapat dijelaskan oleh variabel X, sementara 77% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji T

Tabel 3. Hubungan Timeliness (X1) dengan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y)

Correlations			
		Timeliness	Kepercayaan Pengguna Ojek Online
Timeliness	Pearson Correlation	1	.388**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
Kepercayaan Pengguna Ojek Online	Pearson Correlation	.388**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 25, nilai rhitung yang diperoleh adalah 0,388. Sementara itu, nilai rtabel pada α 5% (0,05) dan $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ adalah 0,196. Karena rhitung (0,388) lebih besar dari rtabel (0,196) dan Sig. (0,000) kurang dari α (0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *Timeliness* pada kasus kekerasan verbal dalam pemberitaan *online* (X1) dengan kepercayaan pengguna ojek *online* (Y).

Tabel 4. Hubungan Proximity (X2) dengan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y)

Correlations			
		Proximity	Kepercayaan Pengguna Ojek Online
Proximity	Pearson Correlation	1	.298**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	92	92
Kepercayaan Pengguna Ojek Online	Pearson Correlation	.298**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	

N

92

92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024

Berdasarkan analisis dengan SPSS 25, nilai rhitung yang diperoleh adalah 0,298. Nilai rtabel pada α 5% (0,05) dan $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ adalah 0,205. Karena rhitung (0,298) lebih besar daripada rtabel (0,205) dan nilai Sig. (0,004) kurang dari α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari Proximity pada kasus kekerasan verbal dalam pemberitaan online (X2) dengan kepercayaan pengguna ojek online (Y).

Tabel 5. Hubungan Prominence (X3) dengan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y)

Correlations			
		Prominence	Kepercayaan Pengguna Ojek Online
Prominence	Pearson Correlation	1	.348**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	92	92
Kepercayaan Pengguna Ojek Online	Pearson Correlation	.348**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	92	92

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 25, diperoleh nilai rhitung sebesar 0,348. Sedangkan nilai rtabel pada α 5% (0,05) dan $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ adalah 0,205. Dengan rhitung (0,348) yang lebih besar dari rtabel (0,205) serta nilai Sig. (0,001) yang kurang dari α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan dari Prominence pada kasus kekerasan verbal di pemberitaan online (X3) dengan kepercayaan pengguna ojek online (Y).

Tabel 6. Hubungan Consequence (X4) dengan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y)

Correlations			
		Consequence	Kepercayaan Pengguna Ojek Online
Consequence	Pearson Correlation	1	.476**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
Kepercayaan Pengguna Ojek Online	Pearson Correlation	.476**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS 25, nilai rhitung yang diperoleh adalah 0,476.

Sementara itu, nilai r_{tabel} pada α 5% (0,05) dengan $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ adalah 0,205. Karena r_{hitung} (0,476) lebih besar dari r_{tabel} (0,205) dan nilai Sig. (0,000) kurang dari α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan dari Consequence pada kasus kekerasan verbal di pemberitaan online (X4) dengan kepercayaan pengguna ojek online (Y).

Tabel 7. Hubungan Human Interest (X5) dengan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y)

Correlations			
		Kepercayaan Pengguna Ojek	
		Human interest	Online
Human interest	Pearson Correlation	1	.264*
	Sig. (2-tailed)		.011
	N	92	92
Kepercayaan Pengguna Ojek Online	Pearson Correlation	.264*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	
	N	92	92

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 25, nilai r_{hitung} yang diperoleh adalah 0,264. Sementara nilai r_{tabel} pada α 5% (0,05) dan $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ adalah 0,205. Karena r_{hitung} (0,264) lebih besar dari r_{tabel} (0,205) dan nilai Sig. (0,011) kurang dari α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan dari Human interest pada kasus kekerasan verbal di pemberitaan online (X5) dengan kepercayaan pengguna ojek online (Y).

Analisis dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada pengaruh antara pemberitaan kasus kekerasan verbal dan kepercayaan pengguna terhadap layanan ojek online. Penelitian ini melibatkan dua variabel utama: Kasus Kekerasan Verbal (X) dan Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y). Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada 92 responden, yang terdiri dari mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2022 dan 2023 yang menggunakan layanan ojek online. Responden dipilih menggunakan teknik simple random sampling dan kemudian dihubungi secara pribadi melalui fitur chat WhatsApp.

Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan media online, seperti portal berita, dengan merujuk pada Teori Penilaian Sosial (Social Judgement Theory) yang dikembangkan oleh psikolog Muzafer Sherif serta diperluas oleh Sherif dan Hovland. Teori ini menguraikan bagaimana sikap diekspresikan, dinilai, dan diubah. Teori penilaian fokus pada bagaimana individu menilai pernyataan atau pesan dari diri sendiri maupun orang lain. (Cooksey, 1996)

Dari 23 item pernyataan yang diberi nilai oleh 92 responden, terdapat banyak pernyataan yang merujuk apakah responden merasa khawatir apabila membaca berita kasus kekerasan verbal di pemberitaan online, didapatkan hasil yang didominasi dengan jawaban sangat setuju dan setuju, ini membuktikan bahwa mayoritas merasakan adanya rasa khawatir. Namun jika dikaitkan dengan pernyataan ke 22 yang isinya mengenai apakah responden merasa ketergantungan terhadap jasa ojek online, diketahui hanya 2 responden merasa netral, 44 menjawab setuju, dan 46 menjawab sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kasus kekerasan verbal di pemberitaan online mereka akan tetap menggunakan jasa ojek online karena ketergantungannya terhadap jasa tersebut.

Teori Penilaian Sosial (Social Judgement Theory) menguraikan tiga zona sikap yang muncul dalam interaksi sosial: penerimaan, penolakan, dan non-komitmen. Konsep ini berawal dari reaksi seseorang terhadap suatu pesan yang memungkinkan mereka untuk menilai berdasarkan pengalaman sebelumnya. Individu cenderung menyeleksi dan mempertimbangkan setiap informasi yang diterima selama proses penilaian tersebut. Seperti jawaban yang diberikan responden pada item pernyataan 10 yang berisi “Saya merasa khawatir dalam menggunakan jasa ojek online setelah membaca kasus kekerasan verbal yang dilakukan oleh ojek online”. Mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju. Namun, terdapat 2 jawaban tidak setuju dan 2 jawaban sangat tidak setuju, yang berarti sesuai dengan teori penilaian sosial bahwa menilai berdasarkan pengalaman sebelumnya, dan mungkin minoritas yang tidak setuju dapat dikatakan

Teori Penilaian Sosial diaplikasikan dengan penelitian ini, ketika individu mengakses salah satu kasus kekerasan verbal yang beredar di portal berita online, dengan itu memungkinkan para pengguna ojek online cenderung memilih dan mempertimbangkan setiap informasi yang ada pada suatu berita kasus kekerasan verbal yang dilakukan oleh driver ojek online. Sehingga pada akhirnya memutuskan untuk mengurangi tingkat kepercayaannya terhadap ojek online atau bahkan tetap mempercayai ojek online yang mungkin akan dibantu berdasarkan pengalamannya.

Teori Penilaian Sosial juga menggarisbawahi bahwa perubahan sikap terhadap objek sosial atau isu tertentu terjadi akibat proses evaluasi internal individu terhadap masalah yang dihadapi. Evaluasi terhadap isu atau objek sosial tersebut dilakukan berdasarkan kerangka acuan yang dimiliki oleh individu

Berdasarkan 8 pernyataan yang mewakili variabel Kepercayaan Pengguna Ojek Online (Y), hanya didapatkan satu item yang terdapat jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju, yaitu pernyataan “Saya merasa bersedia untuk menunggu apabila terjadi kesalahan saat pengerjaan jasa yang dilakukan oleh driver”. Ini membuktikan bahwa 92 responden banyak yang tetap percaya terhadap jasa ojek online setelah membaca kasus kekerasan verbal di pemberitaan online.

Kepercayaan dari pengguna sendiri merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan untuk keberlangsungan dari perusahaan-perusahaan ojek online yang ada di Indonesia. Setiap individu pasti membutuhkan pelayanan yang baik guna meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan, dengan reputasi yang baik maka pengguna akan menjadi semakin percaya. Sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh (Aprillia Andilala et al., 2018) ditemukan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan GO-JEK. Individu cenderung dengan mudah menerima pandangan umum tentang reputasi perusahaan dan menggunakannya untuk membentuk opini pribadi mereka mengenai kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Selain itu pada penelitian (Fatimah et al., n.d.) mengenai hubungan antara kupon dengan tindakan mahasiswa dalam menggunakan jasa aplikasi GO-JEK, diketahui hubungan tersebut signifikan sehingga kupon pada aplikasi gojek dapat disebut sebagai tindakan yang dapat dilakukan untuk penanggulangan atau peningkatan penggunaan jasa dari para pelanggan.

Berdasarkan analisis data dan temuan lapangan, dapat disimpulkan bahwa Teori Penilaian Sosial (Social Judgement Theory) yang dikembangkan oleh psikolog Muzafer Sherif telah teruji dan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan pengguna ojek online melalui kasus kekerasan verbal yang ada di pemberitaan online sebesar 23%. Pengujian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana, sementara 77% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan tersebut dapat dilihat melalui lima aspek utama dalam konsep terpaan media, yaitu timeliness, Proximity, Prominence, Consequence, dan Human interest. Berdasarkan data lapangan yang telah dipaparkan pada bagian analisis inferensial, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek tersebut memiliki pengaruh signifikan

D. Kesimpulan

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kasus kekerasan verbal di pemberitaan online terhadap kepercayaan pengguna ojek online. Hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji regresi linear sederhana yang memiliki hasil positif, yang artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Ucapan Terimakasih

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga selesai. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada keluarga penulis yang sangat luar biasa selalu membantu dan mendoakan tanpa putus.

Daftar Pustaka

- Alfian, R., Wasis, D., Mahasiswa, G., Dosen, D., & Unsurya, M. (n.d.). *Studi Kasus pada Gojek/Go Ride di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur*.
- Antu, M. S., Zees, R. F., Nusi, R. A., Studi, P., Keperawatan, I., Olahraga, F., & Kesehatan, D. (n.d.). HUBUNGAN KEKERASAN VERBAL (VERBAL ABUSE) ORANG TUA DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA. *Jurnal Ners*, 7. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/ners>
- Aprillia Andilala, M. E., Bachtiar, F. A., & Saputra, M. C. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO-JEK Indonesia)* (Vol. 2, Issue 4). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Cooksey, R. W. (1996). *The Methodology of Social Judgement Theory* (Vol. 2, Issue 3).
- Dimas Ongko Wijoyo. (2023). Analisis Media Sosial Mengenai Isu Indonesia Sebagai Negara Paling Tidak Sopan di Asia Tenggara. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(1).
- Faiq Muhammad Fauzan, Firmansyah, & Ahmadi, D. (2024). Bentuk Jurnalisme Warga dalam Pemberitaan di Media Online. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1–8. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i1.3462>
- Fatihah, A., Rachmawati Prodi Manajemen Komunikasi, I., & Ilmu Komunikasi, F. (n.d.). *Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan antara Promosi Penjualan Gopay dengan Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Aplikasi Gojek*.
- Lestariningsih, T. (2021). Analysis of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction of Ojek Online in Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 14(3), 298. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>
- Oktania, L., Lunanta, L. P., Adhandayani, A., Yusup, A., Esa, U., & Jakarta, U. (2022). HUBUNGAN KEKERASAN VERBAL ORANG TUA DENGAN KEPERCAYAAN DIRI REMAJA AWAL DI SMK MUHAMMADIYAH 9 JAKARTA. 1(7).
- Pohan, S., Susanti, J., Sinuraya, B., & Putri, S. T. (n.d.). *Analisis Kepuasan Mahasiswa dalam Kualitas Pelayanan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara*. 01(02), 127–131.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Yanwar, B. L., Hadi, D., & Anggarawati, S. (2021). *PERILAKU MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE DI INDONESIA* (Vol. 16, Issue 1).
- Zahro, H., Devi, S., Fitria, J., & Palupi, Y. A. (2023). DAMPAK TRANSFORMASI OJEK ONLINE TERHADAP OJEK KONVENSIONAL (STUDI KASUS DI STASIUN JEMBER). In *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 1, Issue 3).