ANALISIS INTERAKSI KONSUMEN OJEK *ONLINE* PADA MEDIA SOSIAL X TERKAIT KUALITAS PELAYANAN OJEK *ONLINE*

(Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)

SKRIPSI

Oleh:

Meuthia Khairina Sabila

202110415108

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

ANALISIS INTERAKSI KONSUMEN OJEK *ONLINE* PADA MEDIA SOSIAL X TERKAIT KUALITAS PELAYANAN OJEK *ONLINE*

(Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)

SKRIPSI

Oleh:

Meuthia Khairina Sabila

202110415108

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Interaksi Konsumen Ojek Online pada Media Sosial X terkait Kualitas Pelayanan Ojek Online (Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)
Nama Mahasiswa	: Meuthia Khairina Sabila
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415108
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN. 0319059501

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Analisis Interaksi Konsumen Ojek Online pada Media Sosial X terkait Kualitas Pelayanan Ojek Online (Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)
Nama Mahasiswa	: Meuthia Khairina Sabila
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415108
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Saeful Mujab, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0303108001 .....

Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIDN. 0319059501 .....

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0327119701 .....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "Analisis Interaksi Konsumen Ojek Online pada Media Sosial X terkait Kualitas Pelayanan Ojek Online (Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Meuthia Khairina Sabila

202110415108

ABSTRAK

Meuthia Khairina Sabila. 202110415108. Analisis Interaksi Konsumen Ojek Online pada Media Sosial X terkait Kualitas Pelayanan Ojek *Online* (Studi pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia).

Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam digitalisasi dan internet, yang berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk transportasi online. Peningkatan jumlah pengguna internet mendorong pertumbuhan aplikasi transportasi digital seperti Gojek dan Maxim, yang semakin populer karena kemudahan akses dan fitur layanan yang beragam. Penelitian ini membahas interaksi konsumen terhadap kualitas pelayanan ojek online Gojek dan Maxim di media sosial X. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola interaksi dan topik pembicaraan konsumen terkait kualitas layanan pada *platform* Gojek dan Maxim. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan *Social Network Analysis* dan *Topic Modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi konsumen didominasi oleh keluhan, di mana konsumen Gojek lebih menyoroti aspek *reliability* seperti kesesuaian layanan, sedangkan pengguna Maxim lebih fokus pada aspek *assurance* terkait keamanan. Media sosial, terutama akun *menfess*, menjadi sarana utama konsumen untuk menyampaikan keluhan secara anonim. Media sosial membantu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan. Disarankan untuk memperluas analisis ke *platform* media sosial lain dan layanan ojek *online* serupa, serta menggunakan metode wawancara langsung untuk memperdalam pemahaman mengenai persepsi pelanggan.

Kata kunci: Interaksi Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Social Network Analysis, Topic Modelling,* Media Sosial

ABSTRACT

Meuthia Khairina Sabila. 202110415108. *Analysis of Online Motorcycle Taxi Consumer Interactions on X Social Media Regarding Online Motorcycle Taxi Service Quality (A Study on Gojek Indonesia and Maxim Indonesia).*

Indonesia is experiencing rapid development in digitalization and the internet, which significantly impacts various aspects of life, including online transportation. The increasing number of internet users has driven the growth of digital transportation applications such as Gojek and Maxim, which are increasingly popular due to their easy access and diverse service features. This study discusses consumer interactions with the quality of online motorcycle taxi services Gojek and Maxim on social media X. This study aims to understand the patterns of interaction and topics of consumer conversation related to service quality on the Gojek and Maxim platforms. A descriptive qualitative approach, using social network analysis and topic modeling, is used. The study results show that complaints dominate consumer interactions, whereas Gojek consumers highlight reliability, such as service suitability. At the same time, Maxim users focus more on aspects of assurance related to security. Social media, especially menfess accounts, are consumers' primary means to submit complaints anonymously. Social media helps companies understand customer needs and improve service quality. It is recommended that the analysis be expanded to other social media platforms and similar online motorcycle taxi services, and direct interview methods be used to deepen understanding of customer perceptions.

Keywords: Consumer Interaction, Service Quality, Social Network Analysis, Topic Modeling, Social Media

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Interaksi Konsumen Ojek *Online* di X terkait Kualitas Pelayanan Ojek *Online* (Studi Pada Gojek Indonesia dan Maxim Indonesia)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Eni dan Bapak Slamet yang tidak bosan-bosannya memberikan banyak nasihat dan doa yang senantiasa ditujukan kepada penulis sebagai wujud rasa cintanya yang tulus.

Selain itu, penulis juga menerima banyak dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus dosen pembimbing yang telah membantu dan memimbing penulis agar penelitian ini dapat selesai dengan sebaik-baiknya.
4. Ibu Fina Zahra, S.Sn., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas A1 yang turut membantu dalam bidang akademik dan senantiasa memberikan dukungan selama masa studi.
5. Kaffi, sahabat yang selalu setia menemani dan memberi semangat selama penyusunan skripsi ini serta turut mendoakan dan memberikan motivasi.
6. Irma, Monica, dan Ilham, teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan dukungan hingga akhir.

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 17 Februari 2025



Meuthia Khairina Sabila

202110415108

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 7
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 7
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.5.1 Manfaat Teoritis 8
1.5.2 Manfaat Praktis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan Konseptual 18
2.2.1 Media Sosial 18
2.2.2 X 19
2.2.3 Transportasi *Online* 20
2.2.4 Kualitas Pelayanan 21
2.2.5 Customer to Customer Interaction (CCI) 23
2.2.6 *User Generated Content (UGC)* 23

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.7 Jenis Interaksi di *Platform* X 25
2.2.8 *Crawling Data* 26
2.2.9 *Text Preprocessing* 27
2.3 Tinjauan Teoritis 28
2.3.1 Jaringan Komunikasi 28
2.3.2 *Social Network Analysis* 29
2.3.3 *Topic Modelling* 32
2.3.4 *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) 33
2.4 Kerangka Berpikir 36
BAB III METODE PENELITIAN 36
3.1 Pendekatan Penelitian 36
3.2 Desain Penelitian 37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 37
3.4 Teknik Pengumpulan Data 38
3.5 Teknik Analisis Data 38
3.6 Keabsahan Data 39
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42
4.1 Hasil Penelitian 42
4.1.1 Proses Pengumpulan Data 42
4.1.2 Proses Pengolahan Data *Social Network Analysis* (SNA) 46
4.1.3 Hasil Visualisasi *Graf* pada Gojek 48
4.1.4 Hasil Visualisasi *Graf* pada Maxim 54
4.1.5 Analisis *Node* Berpengaruh 59
4.1.6 Analisis Konten *Tweet Node* Berpengaruh 66
4.1.7 Proses Pengolahan Data *Topic Modelling* 77
4.1.8 Visualisasi Keyword Topic Modelling 79
4.1.9 Hasil Interpretasi Data 80
4.2 Pembahasan 84
4.2.1 Jenis Interaksi Konsumen terhadap Gojek dan Maxim di Media Sosial X 84

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.2.2 Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Layanan Ojek *Online* 86
4.2.3 Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Ojek *Online* 88
BAB V PENUTUP 93
5.1 Kesimpulan 93
5.2 Saran 93
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 2. 2 Properti Jaringan 30
Tabel 2. 3 Centrality 31
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 41
Tabel 4. 1 Jumlah Kategori Tweet Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan 45
Tabel 4. 2 Jumlah Kategori Tweet Berdasarkan Jenis Interaksi 46
Tabel 4. 3 Hasil Pengukuran Properti Jaringan Gojek 49
Tabel 4. 4 Besar User Gojek Dengan Nilai Degree Centrality Tertinggi 50
Tabel 4. 5 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 1 51
Tabel 4. 6 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 2 52
Tabel 4. 7 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 3 53
Tabel 4. 8 Hasil Pengukuran Properti Jaringan Maxim 55
Tabel 4. 9 Besar User Maxim Dengan Nilai Degree Centrality Tertinggi 55
Tabel 4. 10 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 1 56
Tabel 4. 11 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 2 57
Tabel 4. 12 Parameter SNA pada Node Utama Cluster 3 58
Tabel 4. 13 Status User Berpengaruh pada Gojek 65
Tabel 4. 14 Status User Berpengaruh pada Maxim 65
Tabel 4. 15 Interpretasi Gojek 80
Tabel 4. 16 Interpretasi Maxim 82

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 1
Gambar 1. 2 Alasan Menggunakan Transportasi Online 2023 2
Gambar 1. 3 Aplikasi Transportasi Online yang Paling Banyak Diunduh 2023..... 3
Gambar 2. 1 Proses Crawling Data 27
Gambar 2. 2 Perbedaan Metode Survei dan Jaringan 29
Gambar 2. 3 Perbedaan Node dan Edge 29
Gambar 2. 4 Social Network Analysis 30
Gambar 2. 5 Topic Modelling LDA 33
Gambar 2. 6 Visualisasi Topic Modelling dengan Metode LDA 34
Gambar 4. 1 Memasukkan Auth Token ke Google Colab..... 42
Gambar 4. 2 Memasukkan Parameter di Google Colab..... 43
Gambar 4. 3 Hasil Crawling Data menggunakan Google Colab 43
Gambar 4. 4 Data Hasil Cleaning 44
Gambar 4. 5 Pengkategorian Dimensi Kualitas Pelayanan dan Jenis Interaksi 45
Gambar 4. 6 Data Source dan Target 47
Gambar 4. 7 Dataset pada Gephi..... 47
Gambar 4. 8 Hasil Visualisasi SNA Gojek dan Maxim 48
Gambar 4. 9 Hasil Visualisasi Graf Gojek 49
Gambar 4. 10 Cluster 1 Dengan Node Utama txtdarionlshop 51
Gambar 4. 11 Cluster 2 Dengan Node Utama tanyakanrl..... 52
Gambar 4. 12 Cluster 3 Dengan Node Utama stolenstra 53
Gambar 4. 13 Hasil Visualisasi Graf Maxim 54
Gambar 4. 14 Cluster 1 Dengan Node Utama txtdarionlshop 56
Gambar 4. 15 Cluster 2 Dengan Node Utama txtdarionlshop 57
Gambar 4. 16 Cluster 3 Dengan Node Utama txtdarionlshop 58
Gambar 4. 17 Akun X @txtdarionlshop 60
Gambar 4. 18 Akun X @tanyakanrl..... 61
Gambar 4. 19 Akun X @tanyarlfes..... 63

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Gambar 4. 20 Akun X @stolenstra 64
Gambar 4. 21 Konten Tweet Node txtdarionlshop..... 67
Gambar 4. 22 Tweet Node Kecil Mention ke Node txtdarionlshop..... 68
Gambar 4. 23 Konten Tweet Node tanyakanrl..... 69
Gambar 4. 24 Tweet Node Kecil Mention ke Node txtdarionlshop..... 70
Gambar 4. 25 Konten Tweet Node stolenstra 71
Gambar 4. 26 Tweet Node Kecil Mention ke Node stolenstra..... 72
Gambar 4. 27 Konten Tweet Node txtdarionlshop..... 72
Gambar 4. 28 Tweet Node Kecil Mention ke Node txtdarionlshop..... 73
Gambar 4. 29 Konten Tweet Node tanyarlfes..... 74
Gambar 4. 30 Tweet Node Kecil Mention ke Node tanyarlfes 75
Gambar 4. 31 Konten Tweet Node tanyakanrl..... 76
Gambar 4. 32 Tweet Node Kecil Mention ke Node tanyakanrl..... 77
Gambar 4. 33 Diagram alur..... 77
Gambar 4. 34 Pengaturan preprocessed data 78
Gambar 4. 35 Hasil Topic Modelling menggunakan LDA pada Gojek..... 80
Gambar 4. 36 Hasil Topic Modelling menggunakan LDA pada Maxim 80

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir..... 36

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I :Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN II :Hasil Crawling Data Gojek dan Maxim

LAMPIRAN III :Kartu Konsultasi Skripsi

LAMPIRAN IV :Form Perbaikan

Analisis Interaksi.., Meuthia Khairina Sabila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025