

**PERSEPSI *ONLINE FREELANCER* TERHADAP
EFEKTIVITAS ATRIBUT-ATRIBUT
MEDIA KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS INTERNET
(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Atribut Media Komunikasi Bisnis Berbasis
Internet Dalam Sistem *Crowdsourcing* di Kalangan *Online Freelancer*
Gantibaju.com)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom)**

oleh :

PAULUS WIDHI ARYA PREMANA

04 09 02515/ Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERSEPSI *ONLINE FREELANCER* TERHADAP EFEKTIVITAS
ATRIBUT-ATRIBUT MEDIA KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS INTERNET
(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Atribut Media Komunikasi Bisnis Berbasis
Internet Dalam Sistem *Crowdsourcing* di Kalangan *Online Freelancer*
Gantibaju.com)**


SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.IKom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

PAULUS WIDHI ARYA PREMANA

No. Mhs : 04 09 02515/Kom

Disetujui oleh,

Y. Bambang Wiratmoko, MA
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERSEPSI *ONLINE FREELANCER* TERHADAP EFEKTIVITAS
ATRIBUT-ATRIBUT MEDIA KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS
INTERNET

(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Atribut Media Komunikasi Bisnis
Dalam Sistem *Crowdsourcing* di Kalangan *Online Freelancer*
Gantibaju.com)

Penyusun : Paulus Widhi Arya Premana

NIM : 04 09 02515

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari/ Tanggal : Senin, 7 Juli 2011

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran lantai 2, Fisip UAJY

TIM PENGUJI

F.Anita Herawati, M.Si

Penguji Utama

(.....)

Y. Bambang Wiratmojo, MA

Penguji I

(.....)

Dhyah Ayu Retno, S.Sos. M.Si.

Penguji II

(.....)



The image displays three handwritten signatures in black ink. The top signature is a stylized, cursive 'F'. The middle signature is a more complex, flowing cursive script. The bottom signature is a shorter, more compact cursive script. Each signature is positioned to the right of its corresponding name and is enclosed in a dotted line.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PAULUS WIDHI ARYA PREMANA

NIM : 04 09 02515

Jurusan : Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan data, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiransaya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 27 Juni 2011

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in blue ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and green with some illegible text and a small red emblem. Below the stamp, there is a small red square stamp with the number '60000' written in black.

PAULUS WIDHI ARYA PREMANA

No. Mhs : 04 09 02515 / KOM

HALAMAN PERSEMBAHAN



“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow.

The important thing is not to stop questioning”

(Albert Einstein)

Skripsi ini persembahkan spesial untuk Mama tercinta

Terima kasih untuk segalanya

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus, Sehingga pada akhirnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi ini dengan baik.

Ada banyak sekali hambatan dan tantangan yang penulis alami, dari wala proses pembuatan, hingga sampai pada saat Ujian Pendadaran. Namun penulis yakin, bahwa semua tidak mungkin berjalan baik tanpa campur tangan orang lain. Oleh karena itu, Saya selaku penulis ingin mengungkapkan terima kasih kepada:

- ❖ Tuhan Yesus Kristus yang membimbing seluruh perjalanan hidup Saya.
- ❖ Mama tercinta, atas kesabaran dan kesetiiaannya atas dukungan doa, semangat dan segala sesuatu yang tak terhingga nilainya.
- ❖ Bapak Y. Bambang Wiratmojo, MA, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberi masukan serta membimbing hingga tersusunnya skripsi ini.
- ❖ Ibu F. Anita Herawati, M.Si., selaku dosen penguji dan pembimbing terdahulu, terima kasih banyak atas masukan, saran dan semangat yang telah Ibu berikan.
- ❖ Ibu Dyah Ayu Retno, S.Sos. M.Si., selaku dosen penguji, terima kasih atas koreksi serta masukan yang telah Ibu berikan.
- ❖ Om Tono, sebagai orang tua yang baik dan selalu memberikan dukungan dalam banyak hal.
- ❖ Yulia Angelina, terima kasih selalu mengingatkan dan menyemangati disaat jenuh
- ❖ Nobi Susilo, Hironimus Ronny, Sigit Permadi, Elga Ayudi, Christa Helda, Levina Octora, dan teman-teman seperjuangan, terima kasih tak terhingga dalam kebersamaan berjuang menyelesaikan tugas akhir di FISIP UAJY

- ❖ Yasinta Diana, Monic, Fani, Maya, Albert, May-May, Helen dan semua teman bermain disaat jenuh. Terima kasih banyak.
- ❖ Teman-teman, adik-adik, kakak-kakak dan keluarga besar FISIP UAJY yang tidak bisa saya sebut satu persatu, terimakasih sudah bisa mengenal dan menjadi bagian yang tak terlupakan dalam hidup saya. Viva FISIP UAJY!
- ❖ Teman-teman di Bohlam advetsing UAJY, Satu Kesatuan Bohlam!
- ❖ Tim Manajerial “KAPTEN” Gantibaju.com dan Para “Gaban” yang sangat membantu dan memberikan kemudahan terlaksananya penelitian di skripsi ini. SEMANGAT
- ❖ Gluck cloth, Belang, Heli, Bul bul. Comet, Bruno, Tam-tam, Poank, dan teman-teman pet lainnya, terima kasih selalu bisa mengembalikan *mood* disaat *down*.
- ❖ Serta semua orang yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena sempurna hanya milik Tuhan. Oleh karena itu, segala kritikan dan masukan yang berkaitan dengan laporan ini, kiranya bisa diterima penulis sebagai kritikan yang membangun.

PENULIS

DAFTAR ISI

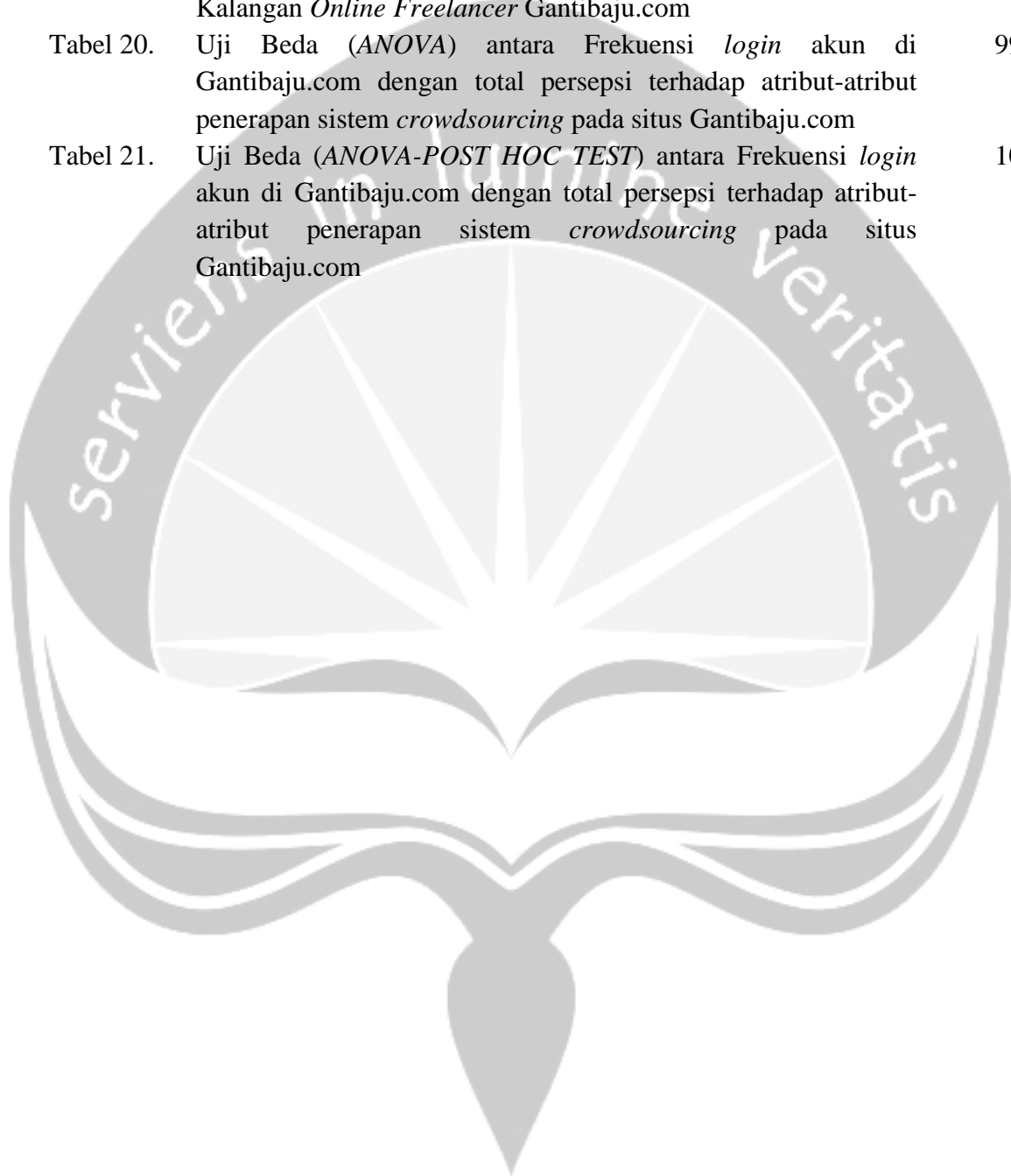
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vi
Daftar isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Bagan	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstraksi	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
F. Kerangka Konsep	27
G. Definisi Operasional	29
H. Metode Penelitian	32
1. Metode Penelitian	32
2. Jenis Penelitian	33
3. Teknik Sampling	34
a. Populasi	34
b. Sampel	34
c. Objek Penelitian	36
4. Teknik Pengumpulan Data	36
5. Teknik Analisis Data	37
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
b. Analisis Stastistik Deskriptif	38
BAB II TINJAUAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Gantibaju.com	42
1. Gambaran Umum Gantibaju.com	42
2. Spesialisasi Gantibaju.com	45
3. Cara Menjadi Member Gantibaju.com	46
4. Penentuan Pemenang	47

a.	Voting	47
b.	Penilaian Juri	48
5.	Produksi dan Penjualan Kaos	50
6.	Hadiah Untuk Pemenang	50
B.	Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Gantibaju.com	52
BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA		
A.	Analisis Data	57
1.	Uji Validitas	57
2.	Uji Reliabilitas	58
3.	Distribusi Frekuensi	59
4.	Tabulasi Silang	92
5.	Analisis Varian Satu Jalan (<i>One Way Anova</i>)	97
B.	Interpretasi Data	100
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	107
B.	Saran	111
	Daftar Pustaka	113
	Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Tabel ringkasan ANOVA hasil perhitungan	41
Tabel 2.	Hasil Uji Validitas Atribut-atribut <i>Crowdsourcing</i> pada Situs Gantibaju.com	58
Tabel 3.	Hasil Uji Reliabilitas Atribut-atribut <i>Crowdsourcing</i> pada Situs Gantibaju.com	59
Tabel 4.	Status di www.gantibaju.com	60
Tabel 5.	Pekerjaan atau Profesi saat ini	61
Tabel 6.	Frekuensi mengakses <i>website</i> Gantibaju.com	63
Tabel 7.	Aktivitas Komunikasi <i>Online</i> Gantibaju.com	64
Tabel 8.	Fitur dan Fasilitas yang Digunakan untuk Mencari atau memberikan (<i>posting</i>) informasi dari Gantibaju.com	66
Tabel 9.	Pernah membeli produk secara <i>online</i> di Gantibaju.com	67
Tabel 10.	Pernah datang ke toko <i>offline</i> Gantibaju.com untuk membeli produk Gantibaju.com	68
Tabel 11.	Hal yang paling membuat datang ke toko <i>offline</i> Gantibaju.com	68
Tabel 12.	Atribut-Atribut <i>Crowdsourcing</i> pada Situs Gantibaju.com	69
Tabel 13.	<i>Mean</i> Atribut-atribut penerapan sistem <i>crowdsourcing</i> dalam membangun komunikasi <i>hypermedia</i> pada situs Gantibaju.com	73
Tabel 14.	Nilai Rata-rata Total Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer</i> Gantibaju.com	92
Tabel 15.	Tabulasi Silang Antara Status Dengan Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer</i> Gantibaju.com	93
Tabel 16.	Tabulasi Silang Antara Profesi Dengan Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer</i> Gantibaju.com	94
Tabel 17.	Tabulasi Silang Antara Frekuensi Mengakses <i>Website</i> Gantibaju.com dengan Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer</i> Gantibaju.com	95
Tabel 18.	Uji Beda (<i>ANOVA</i>) antara pekerjaan dengan total Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis	97

	Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer Gantibaju.com</i>	
Tabel 19.	Uji Beda (<i>ANOVA-POST HOC TEST</i>) antara pekerjaan dengan total Persepsi Responden Terhadap Atribut-atribut Komunikasi Bisnis Berbasis Internet Dalam Sistem <i>Crowdsourcing</i> di Kalangan <i>Online Freelancer Gantibaju.com</i>	98
Tabel 20.	Uji Beda (<i>ANOVA</i>) antara Frekuensi <i>login</i> akun di <i>Gantibaju.com</i> dengan total persepsi terhadap atribut-atribut penerapan sistem <i>crowdsourcing</i> pada situs <i>Gantibaju.com</i>	99
Tabel 21.	Uji Beda (<i>ANOVA-POST HOC TEST</i>) antara Frekuensi <i>login</i> akun di <i>Gantibaju.com</i> dengan total persepsi terhadap atribut-atribut penerapan sistem <i>crowdsourcing</i> pada situs <i>Gantibaju.com</i>	100



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.	Alur Kerja Online Freelancer	12
Bagan 2.	Konsep Crowdsourcing	15
Bagan 3.	Model Komunikasi Kiendl	18
Bagan 4.	Model Komunikasi <i>many-to-many</i>	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Halaman utama www.gantibaju.com	43
Gambar 2.	Formulir <i>online</i> pendaftaran member gantibaju.com	47
Gambar 3.	Halaman <i>voting</i> desain	47
Gambar 4.	Mekanisme <i>voting</i>	49
Gambar 5.	Pemenang Gantibaju.com	51
Gambar 6.	Halaman Utama (<i>Main page</i>) Gantibaju.com	75
Gambar 7.	Halaman <i>Item Listing</i> Gantibaju.com	76
Gambar 8a.	Fitur <i>Search Engine</i>	77
Gambar 8b.	Hasil dari Penggunaan <i>Search Engine</i>	77
Gambar 9.	Fitur <i>Vote</i> Pada Desain yang Dikompetisikan	78
Gambar 10.	Fitur Komentar Pada Desain yang Dikompetisikan	79
Gambar 11.	Fasilitas <i>Text E-mail</i> dan <i>HTML E-mail</i> (<i>Personal Message</i>) (ex : bima@Gantibaju.com)	81
Gambar 12.	Fasilitas <i>Chat</i> Pada <i>Group</i> Gantibaju.com	82
Gambar 13.	Fasilitas <i>Group Discussion</i> (Forum)	83
Gambar 14.	Fasilitas <i>Instant Message</i> (<i>Tee talk</i> dan <i>Wishlist</i>)	84
Gambar 15.	Fasilitas <i>Rich Media</i> (iklan produk berupa <i>banner</i> dan <i>flash</i>)	85
Gambar 16.	Fasilitas Galeri Foto (Pojok Narsis)	86
Gambar 17.	Galeri Top 100 Ranking Desainer Gantibaju.com	87
Gambar 18.	Fitur <i>Online Shopping</i> dan <i>E-commerce</i>	89
Gambar 19.	Toko Offline Gantibaju.com	90
Gambar 20.	<i>Event Offline</i> Gantibaju.com	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Uji Reliabilitas dan Validitas
- Lampiran 3. Tabulasi Silang
- Lampiran 4. Oneway Anova
- Lampiran 5. Data Rseponden



**PERSEPSI *ONLINE FREELANCER* TERHADAP EFEKTIVITAS
ATRIBUT-ATRIBUT MEDIA KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS INTERNET
(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Atribut Media Komunikasi Bisnis Dalam
Sistem *Crowdsourcing* di Kalangan *Online Freelancer Gantibaju.com*)**

ABSTRAK

Sejalan dengan perkembangan *e-marketing*, muncul sistem baru di dunia pemasaran dan bisnis berbasis internet yang disebut *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* diartikan secara kata per kata mempunyai terjemahan bebas yakni: *crowd*: kerumunan orang, *sourcing* (kata kerja dari *source*): sumberdaya. Apabila digabungkan (masih dalam terjemahan bebas) akan berarti sebagai sesuatu sistem atau konsep yang sumber daya berbasis kerumunan. Definisi sederhana *crowdsourcing* adalah suatu aktifitas atau tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi yang mengambil salah satu fungsi pekerjaan/tugas yang seharusnya dilakukan oleh karyawannya disebarluaskan secara terbuka dan bebas untuk orang banyak/kerumunan yang terkoneksi dengan jaringan komputer.

Perkembangan *crowdsourcing* inilah yang menjadi topik utama dalam penelitian ini, alat-alat komunikasi pemasaran secara tradisional yaitu *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing* dapat digantikan fungsinya oleh aplikasi dan fitur yang ada dalam komunikasi bisnis berbasis internet *crowdsourcing* yang membentuk sistem komunikasi *hypermedia* di kalangan *online freelancer Gantibaju.com*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau obyek tertentu lainnya. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan *modus*, *median*, *mean* (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi terhadap atribut komunikasi bisnis dalam sistem *crowdsourcing com* bagi kalangan *online freelancer* di situs *Gantibaju.com* dinilai sudah efektif. Hal tersebut dilihat dari nilai rata-rata keseluruhan atribut yang diteliti mendapat nilai 4,98 dan berada pada rentang nilai efektif, dimana rentang nilai efektif yaitu $4,6 < X \leq 5,8$

Kata Kunci : *Crowdsourcing*, *online freelancer*, persepsi, atribut komunikasi bisnis internet, *e-commerce*