



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Mutiara Avisca Jayanti  
44214110152

Pengaruh Corporate Identity Terhadap Opini Mahasiswa Universitas Mercu Buana  
Mengenai Layanan Gojek

Jumlah Halaman : 76 Halaman + xiv + 12 Lampiran

Bibliografi : 28 Buku + 5 Jurnal + 4 Web

## ABSTRAK

*Corporate Identity* berfungsi sebagai jati diri perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain dan menjadi objek penilaian yang dilihat langsung oleh publik. Opini publik berkaitan erat dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Melalui opini publik ini diharapkan dapat mendeskripsikan, melihat, menilai dan mengidentifikasi *Corporate Identity* PT Gojek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh *Corporate Identity* terhadap opini mahasiswa Universitas Mercu Buana mengenai layanan gojek.

Tinjauan pustaka yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah *Public Relations*, *Corporate Identity*, Opini Publik, dan *New Media*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif-deskriptif dan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Jumlah sampel 49 orang dari Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Angkatan 2014 Universitas Mercu Buana Meruya yang terdaftar dengan status aktif pada semester Ganjil Tahun akademik 2017/2018 .

Dari hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Corporate Identity* yang terdiri dari *corporate visual*, *corporate communication* dan *corporate behaviour* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap opini mahasiswa pada layanan gojek.

Kata Kunci : *Corporate Visual*, *Corporate Communication*, *Corporate Behaviour*, Opini Publik



Mercu Buana University  
Faculty of Communication Sciences  
Majoring Public Relations  
Mutiara Avisca Jayanti  
44214110152

The Influence of Corporate Identity Towards Mercu Buana University Students  
Opinion About Gojek Services  
Number of Pages : 76 Pages + xiv + 12 Attachments  
Bibliography : 28 Books + 5 Journals + 4 Webs

## ABSTRACT

*Corporate Identity functions as an identity that distinguishes it from other companies and becomes an object of valuation that is seen directly by the public. Public opinion is closely related to the sustainability of a company. Through this public opinion, it is expected to describe, view, assess and identify PT Gojek Indonesia's Corporate Identity. The aim of this research is to determine how far the influence of corporate identity towards Mercu Buana University students opinion about gojek services.*

*The literature review used to support this research is Public Relations, Corporate Identity, Public Opinion and New Media.*

*This research uses quantitative-descriptive research and survey method. The techniques for collecting the data by distributing questionnaire to respondents. Sampling techniques in this research is purposive sampling. The number of samples is 49 people from the Faculty of Communication Sciences majoring Public Relations Students 2014 of Mercu Buana University Meruya who were registered with active status in the odd semester of 2017/2018 academic year.*

*From the result of research and analysis of data, obtained result that Corporate Identity which consists of corporate visual, corporate communication and corporate behaviour had positive and significant impact simultaneously towards students opinion about gojek services.*

**Keywords :** *Corporate Visual, Corporate Communication, Corporate Behaviour, Public Opinion*