



**EFEKTIVITAS PROMOSI PAYTREN MELALUI TV  
STREAMING DAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM,  
FACEBOOK DAN YOUTUBE) DALAM MEMBANGUN  
MOTIVASI BERBISNIS MITRA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**OLEH**

**OKE DANY FERDIAN**

**55217120063**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2019**

## ABSTRACT

*Paytren is a provider of mobile payment services held by PT. Veritra Sentosa International, but Paytren has a business system that distinguishes from other mobile payments, namely Multi-level Marketing (MLM) system. Paytren business partner is the length of the company to run the MLM system. To build the motivation of the partners in Business MLM, PayTren conduct promotion through TV Streaming called PayTren TV and also through social media channels (Instagram, Facebook, and Youtube). This research discusses the effectiveness of Paytren promotion through Streaming TV and social Media (Instagram, Facebook, and Youtube) in building the motivation for business partners. Research using this exportative quantitative method, using multiple linear regression analyses to test the results of the study, also used the uses and effect theory that explains the relationship between time communication delivered through the media, which affects the media users. The study used an online survey distributed via WhatsApp with a sample of 100 people. The results showed that the promotion of Paytren through Streaming TV and social Media is quite effective in building the motivation to do business partners Paytren. There are two free variables as the elaboration of the promotion concept of Paytren i.e. through Streaming TV and through social Media. The results of the study stated that both free variables significantly affect/effectively build the motivation of Paytren business partner.*

**Keywords:** *promotion, communication, effectiveness, building motivation.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Paytren merupakan penyedia jasa mobile payment yang diselenggarakan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional, selain itu Paytren memiliki sistem bisnis yaitu yang membedakan dari mobile payment lainnya, yaitu system Multi-level Marketing (MLM). Mitra Bisnis Paytren adalah kepanjangan tangan dari perusahaan untuk menjalankan sistem MLM tersebut. Untuk membangun motivasi para Mitra dalam berbisnis MLM, PayTren melakukan Promosi melalui TV Streaming yang disebut PayTren TV dan juga melalui kanal media sosial (Instagram, Facebook, dan Youtube). Penelitian ini membahas tentang Efektivitas Promosi Paytren melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook, dan Youtube) dalam Membangun Motivasi Berbisnis Mitra. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif eksplanatif ini, menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hasil penelitian, juga menggunakan teori uses and effect yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi masa yang disampaikan melalui media, yang menimbulkan pengaruh bagi para pengguna media tersebut. Penelitian ini menggunakan survei online yang disebarakan melalui WhatsApp dengan sampel sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi Paytren melalui TV Streaming dan Media Sosial cukup efektif dalam membangun motivasi berbisnis Mitra Paytren. Terdapat dua variabel bebas sebagai elaborasi dari konsep promosi Paytren yaitu melalui TV Streaming dan melalui Media Sosial . Hasil penelitian menyatakan bahwa kedua variabel bebas secara signifikan berpengaruh terhadap / efektif membangun motivasi Mitra Bisnis Paytren.

**Kata Kunci :** Promosi, Komunikasi, Efektivitas, Membangun Motivasi.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120063  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Communication  
Judul : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.

Jakarta, 24 Febuari, 2020  
Pembimbing,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
  
Dr. Suraya, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

Judul : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.  
Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120063  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Communication  
Tanggal : 24 Febuari 2020

**Jakarta, 24 Febuari 2020**

**Mengetahui,**

**Ketua Sidang**  
**Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**

(.....)

**Penguji Ahli**  
**Dr. Afdal Makkuraga, M.Si**

(.....)

**Pembimbing**  
**Dr. Suraya, M.Si**

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.  
Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120063  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Communication  
Tanggal : 15 Maret 2020

**Jakarta, 15 Maret, 2020**

**Mengetahui,**

**Ketua Sidang  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**

(.....)

**Penguji Ahli  
Dr. Afdal Makkuraga, M.Si**

(.....)

**Pembimbing  
Dr. Suraya, M.Si**

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Judul : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.  
Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120063  
Program : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 15 Maret 2020

**Mengesahkan,  
Pembimbing,**

**Dr. Suraya, M.Si**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Direktur  
Program Pascasarjana**

**(Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus)**

**Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi**

**(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)**


## PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya Ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120063  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.

Telah dilakukan similarity check dengan sistem Turnitin, pada hari Senin, tanggal 27 Januari 2020 dengan hasil similarity index sebesar 18% delapan belas persen. Demikian surat pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 27 Januari 2020  
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A. Md



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra.  
Nama : Oke Dany Ferdian  
NIM : 55217120025  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Communication  
Tanggal : 15 Maret 2019

Merupakan hasil studi pustaka dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Maret 2020



10000  
STAMP  
#881FA20285687

(Oke Dany Ferdian)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “Efektivitas Promosi Paytren Melalui TV Streaming dan Media Sosial (Instagram, Facebook dan YouTube) Dalam Membangun Motivasi Mitra”. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang efektivitas promosi melalui TV Streaming dan Media Sosial dan membantu mitra dalam menjalankan fungsinya sebagai duta manajemen Paytren, memotivasi dalam menjalankan bisnis sesuai kebijakan juga tujuan perusahaan. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, dan seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi yang selalu mendorong untuk menyelesaikan studi tepat pada waktunya.
3. Dr. Suraya, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Terima kasih atas segala kesabarandan bimbingannya, semoga menjadi amal ibadah Ibu kelak.
4. Rekan-rekan satu angkatan 32 Pascasarjana; Hanonsari Paramita, Muhemi, Clara Siahainenia, Listia Wahyuningtyas, Dara Aulia Rachmat, Rio

Pambudi Dalimunte, Nana Sukriyana, Yudid Andri Setiyawan, Yossi Adityawarman, Avi Cenna Isnaini, Ridoni Daniel, Dede Munajad, Hadi Pranoto, Bernaldi M. Pamuntjak, Ahmad Sulthon, Cecep Sopandi, Dessy Stela Legal Hudhar, Wiwin Setianingsih, Sudrajat, Azhar Putri Pangesti, Fadli Laksono, Heriwawan, Rahmat Tunny, Dian Tri Cahyani, Ken Norton Hutasoit, Gesuryawan, Irma Kusumawati. Terima Kasih telah menjadi teman seperjuangan memberikan warna dan cerita selama penulis mencari ilmu di kampus tercinta.

5. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a bagi penulis. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia.



Oke Dany Ferdian

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS .....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY .....	viii
PERNYATAAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	16
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian .....	17
- Manfaat Akademik.....	17
- Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
2.2. Komunikasi .....	21
2.2.1. Unsur-Unsur Komunikasi .....	22
2.2.2. Model Komunikasi.....	23
2.2.3. Fungsi Komunikasi .....	26
2.3. Teori Komunikasi .....	27
2.3.1. Teori Uses and Effect.....	28
2.4. Efektivitas .....	32
2.4.1. Efektifitas Paytren Media .....	33
2.5. TV Streaming.....	34
2.6. Media Sosial .....	37
2.6.1. Facebook.....	41
2.6.2. Instagram.....	43
2.6.3. YouTube .....	50
2.7. Motivasi Berbisnis Mitra .....	55
2.8. Model Penelitian.....	65
2.9. Hipotesis .....	65
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	68
3.2. Jenis/Design Penelitian.....	69

3.3. Variabel Penelitian .....	70
3.4. Operasional Variabel .....	71
3.5. Pengukuran Variabel .....	73
3.6. Populasi dan Sampel Penelitian.....	73
3.6.1. Populasi Penelitian .....	74
3.6.2. Sampel Penelitian .....	75
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	77
3.8. Teknik Analisa Data .....	78
3.8.1. Statistik Deskriptif.....	78
3.8.2. Uji Kualitas data .....	79
a. Uji Validitas Data .....	79
3.8.3. Uji Asumsi Klasik .....	82
a. Uji Normalitas .....	82
b. Uji Multikolinieritas .....	82
c. Uji Heterokedastisitas .....	83
3.8.4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
3.9. Uji Hipotesis .....	84
3.9.1. Uji Koefisien Secara Bersama-sama (Uji F) .....	85
3.9.2. Uji Koefisien Secara Parsial (Uji T).....	85
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>86</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.1. Tempat dan Waktu Penelitian. ....	86
4.1.2. Karakteristik Profil Responden. ....	86
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif. ....	99
4.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	99
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	99
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	100
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100
4.4.1. Hasil Uji Normalitas.....	100
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
4.5. Hasil Uji Hipotesis.....	114
4.5.1. Analisis Regresi Berganda.....	105
4.5.2. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	105
4.5.3. Uji Signifikansi Parameter Individual	
(Uji Statistik t).....	106
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>121</b>
5.1. Simpulan. ....	121
5.2. Saran.....	122
5.2.1 Saran untuk manajemen Paytren Media.....	122
5.2.2. Saran untuk Akademisi.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>128</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>139</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2,1. Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3,1, Operasioal Variabel.....	72
Tabel 3.2. Hasil Pengujian TV Streaming .....	79
Tabel 3.3. Hasil Pengujian Media Sosial .....	79
Tabel 3.4. Hasil Pengujian Instrumen Motivasi Berbisnis .....	80
Tabel 3.5. Hasil Pengujian Realibilitas.....	81
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden... ..	87
Tabel 4.2. Usia Responden.....	87
Table 4,3. Pendidikan Terakhir Responden... ..	88
Tabel 4.4. s/d 4.23. Validitas Quetsioner.....	89-98
Tabel 4.24, Hasil Uji Asumsi Klasik... ..	103
Tabel 4.25. Hasil Uji Linier Berganda TV Streaming Terhadap Motivasi Berbisnis Mitra.....	106
Tabel 4.26. Hasil Uji Linier Berganda Media Sosial Terhadap Motivasi Berbisnis Mitra.....	106
Tabel 4.27. Hasil Uji Linier Berganda TV Streaming dan Media Sosial Terhadap Motivasi Berbisnis Mitra .....	106
Tabel 4.28. Uji F untuk TV Streaming .....	109
Tabel 4.29. Uji F untuk Media Sosial .....	109
Tabel 4.30. Uji F untuk TV Streaming dan Media Sosial.....	110
Tabel 4.31. Uji t TV Streaming Terhadap Motivasi.....	111
Tabel 4.32. Uji t Media Sosial Terhadap Motivasi .....	111
Tabel 4.33. Uji t TV Streamig dan Media Sosial Terhadap Motivasi .....	112

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peghargaan Paytren.....	3
Gambar 1.2. Fitur Sedekah.....	4
Gambar 1.3. Data Uang Elektrik.....	6
Gambar 1.4. Data Pengguna Ponsel dan Internet 2019.....	9
Gambar 1.5. Medsos Mitra Paytren.....	15
Gambar 2.1. Icon Instagram.....	44
Gambar 2.2. Instagram Stories.....	46
Gambar 2.3. Mention IG Stories.....	46
Gambar 2.4. Boomerag IG Stories.....	47
Gambar 2.5. See More IG Stories.....	48
Gambar 2.6. Sticker IG Stories.....	48
Gambar 2.7. Live Stories.....	49
Gambar 2.8. Face Filter.....	49
Gambar 2.9. Rewind Camera.....	50
Gambar 2.10. Model Penelitian dan Hipotesis.....	65
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram.....	101
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	102
Gambar 4.3. Uji Heteroskedastisitas ( $X_1 - Y$ ).....	104
Gambar 4.4. Uji Heteroskedastisitas ( $X_2 - Y$ ).....	104
Gambar 4.5. Variabel $X_1$ .....	113
Gambar 4.6. Variabel $X_2$ .....	115
Gambar 4.7. Variabel $Y$ .....	117

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	128
-----------------	-----



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA