



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**Nama** : Omar Danial  
**NIM** : 44213010140  
**Judul Skripsi** : **OPINI MASYARAKAT TENTANG CORPORATE IDENTITY PT. GRAB INDONESIA SEBAGAI PERUSAHAAN APLIKASI YANG MENJALANKAN BISNIS TRANSPORTASI ONLINE.**  
**Jumlah Halaman** :110 + xi  
**Bibliografi** :15 acuan, tahun 2003-2015  
**ABSTRAK**

Skripsi dan penelitian yang saya lakukan ini mengusung tema yang sedang hangat dibicarakan masyarakat yaitu mengenai transportasi online(Grab). Menurut peneliti transportasi online beserta pro-kontranya memiliki keterkaitan yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat, terdapat didalamnya unsur social, budaya, ekonomi dan lain sebagainya. Ketertarikan peneliti berawal dari transportasi online yang mendaftarkan izin bisnis sebagai perusahaan aplikasi namun yang terlihat adalah mereka menjalankan bisnis online/ bisnis transportasi online.

Tinjauan pustaka yang digunakan untuk mendukung skripsi ini adalah Opini Publik, Sesuai dalam karakteristik opini publik yaitu sebagai berikut (Nimmo, 2000:25): Opini mempunyai isi, Opini publik mempunyai arah, Intensitas, Kontroversi, Volume Penyebaran Opini, Persistensi. (22 Nimmo dalam *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek, 2000 : 3*). Karakteristik tersebut merupakan landasan dasar dari terbentuknya materi penelitian.

Metodologi penelitian menggunakan penelitian kuantitatif-deskriptif, Teknik pengumpulan data dengan survey dengan menyebarkan kuisioner kepada responden, Teknik analisis data yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Jumlah sample 54 responden dari Mahasiswa Public Relations kelas karyawan angkatan tahun 2014.

Hasil dari penelitian yang didapat melalui akumulasi kemudian dibuat rata-rata jawaban setuju responden pada opini masyarakat tentang PT. Grab Indonesia dengan setiap dimensinya mendapatkan hasil yang cukup bagus dan dapat di simpulkan bahwa responden yang menjawab setuju pada dimensi isi opini public sebanyak 78,7%, pada dimensi arah opini public 83,8% menjawab setuju, pada dimensi konflik atau kontroversi 64,8% menjawab setuju, pada dimensi intensitas 67,2% menjawab setuju dan pada dimensi volume penyebaran opini 91,9% menjawab setuju.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat tentang *corporate identity* PT. Grab Indonesia memiliki sikap positif dari masyarakat. Hasil penelitian juga menunjukkan perlu adanya evaluasi atau perbaikan data konflik isu, pro dan kontra tentang grab dengan transportasi umum agar tidak ada keresahan yang ditakuti responden.