



**PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP
KOMUNIKASI EFEKTIF
TERHADAP PENGALAMAN PENGGUNA
APLIKASI GAYA HIDUP SEHAT “GROOPY”**



Disusun oleh:

**WIJANANTO
55221120045**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

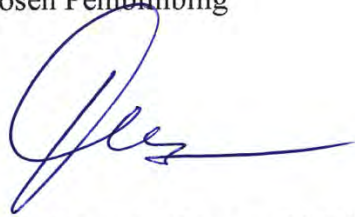
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Wijananto
NIM : 55221120045
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP
KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GAYA
HIDUP SEHAT “GROOPY”

Jakarta, 9 Juli 2025

Dosen Pembimbing



(Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP
KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GAYA
HIDUP SEHAT “GROOPY”

Nama : Wijananto

NIM : 55221120045

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

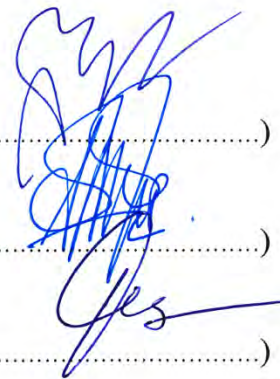
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 9 Juli 2025

Jakarta, 9 Juli 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D) (.....)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si) (.....)
3. Pembimbing :
(Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D) (.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP
KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GAYA
HIDUP SEHAT “GROOPY”

Nama : Wijananto

NIM : 55221120045

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 9 Juli 2025

Jakarta, 9 Juli 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
3. Pembimbing :
(Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D)

(.....)

(.....)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Wijananto
NIM : 55221120045
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP
KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP
PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GAYA
HIDUP SEHAT “GROOPY”

Jakarta, 9 Juli 2025

Dosen Pembimbing

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comm., Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Wijananto
NIM : 55221120045
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Komunikasi Efektif Terhadap Pengalaman Pengguna Aplikasi Gaya Hidup Sehat GROOPY”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Juni 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 18%.

Jakarta, 30 Juni 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI EFEKTIF
TERHADAP PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GAYA HIDUP
SEHAT “GROOPY”

Nama : Wijananto

NIM : 55221120045

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 9 Juli 2025

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

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

Jakarta, 9 Juli 2025



(Wijananto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin mengucapkan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan motivasi dalam penyusunan tesis ini.
4. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D dan Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku Dosen Penguji Sidang Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.

6. Bapak Kuntoro Andri Priyanto, M.M, selaku CEO dan *Founder* aplikasi GROOPY yang memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian ini, serta seluruh Direksi, Manajemen dan karyawan PT Kandara Digita Kreatif.
7. Ibu Rika Fitriyana, M.Psi, Psikolog selaku istri tercinta yang selalu mendukung sedari awal perkuliahan hingga penelitian ini dapat diselesaikan. Haekal Faiq Faz, Tsania Fatiha Asyfa, Kafa Omar Yakfi dan Kamila Syifa Aghniya, selaku putra-putri penulis tercinta, yang selalu membawa keceriaan di tengah padatnya aktivitas penulis.
8. Almarhum Ayahanda H. Masrukin bin Sahlan dan Ibunda Tuginem, yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk terus menimba ilmu. Ayahanda H. Ronny Istihardi Iya dan Ibunda Hj. Diana Sabarina selaku ayah dan ibu mertua penulis yang telah memberikan dukungan dan doa.
9. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat selama proses penelitian ini berlangsung.
10. Seluruh civitas akademika Universitas Mercu Buana atas bantuan dan dukungannya bagi penulis selama menjalankan perkuliahan dari awal semester hingga kini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Bekasi, 9 Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital pasca pandemi COVID-19 telah membawa transformasi yang sangat signifikan dalam berbagai sektor industri, termasuk sektor kesehatan melalui kehadiran layanan asuransi berbasis teknologi, yang dikenal sebagai Insurtech. Salah satu bentuk implementasinya tercermin dalam aplikasi gaya hidup sehat “GROOPY”, yang menawarkan beragam fitur seperti penghitung langkah dan kalori makanan secara real-time, serta interaksi digital antara aplikasi dan penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh prinsip-prinsip komunikasi efektif terhadap pengalaman pengguna aplikasi GROOPY, dengan mengacu pada kerangka teori *Uses and Effects*. Dalam konteks teori ini, komunikasi efektif diposisikan sebagai variabel bebas (*uses*), sementara pengalaman pengguna diposisikan sebagai variabel terikat (*effects*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 361 responden pengguna aktif aplikasi GROOPY, yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring yang dirancang untuk mengukur kedua variabel penelitian. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi untuk menggambarkan penerapan prinsip-prinsip komunikasi efektif dan tingkat pengalaman pengguna, serta uji korelasi Pearson dan uji regresi untuk mengukur hubungan dan pengaruh antar variabel.

Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara komunikasi efektif dan pengalaman pengguna, dengan nilai korelasi sebesar 0,844 dan kontribusi sebesar 72,9%. Sebanyak 67% responden menyatakan puas dan 20% menyatakan sangat puas terhadap fitur komunikasi dalam aplikasi. Temuan ini memperkuat validitas teori *Uses and Effects*, dengan menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital secara optimal dapat memberikan dampak positif terhadap pengalaman pengguna. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip komunikasi efektif dalam pengembangan fitur interaksi aplikasi digital, guna meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan.

Kata Kunci: aplikasi GROOPY; komunikasi efektif; pengalaman pengguna; uses and effects theory

ABSTRACT

The advancement of digital technology in the aftermath of the COVID-19 pandemic has brought about significant transformation across various industrial sectors, including the health sector, through the emergence of technology-based insurance services, known as Insurtech. One implementation of this innovation is reflected in the healthy lifestyle application “GROOPY,” which offers a range of features such as real-time step tracking and calorie counting, as well as interactive communication between the app and its users. This study aims to analyze in depth the influence of effective communication principles on user experience in the GROOPY application, using the theoretical framework of Uses and Effects. Within this framework, effective communication is positioned as the independent variable (*uses*), while user experience is treated as the dependent variable (*effects*).

This research adopts a quantitative approach using a survey method involving 361 active users of the GROOPY application, spread across several major cities in Indonesia. Data were collected through an online questionnaire designed to measure both variables. Data analysis techniques included frequency distribution to illustrate the implementation of effective communication principles and user experience levels, along with Pearson correlation and regression analysis to examine the relationship and influence between the two variables.

The results reveal a strong and significant relationship between effective communication and user experience, with a correlation coefficient of 0.844 and a contribution of 72.9%. A total of 67% of respondents reported being satisfied, and 20% reported being very satisfied with the communication features in the application. These findings reinforce the validity of the Uses and Effects theory, demonstrating that optimal utilization of digital media can positively influence user experience. The implications of this research highlight the importance of applying effective communication principles in the development of interactive features within digital applications to enhance user satisfaction and engagement in a sustainable manner.

Keywords: GROOPY app; effective communication; user experience; uses and effects theory;

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penellitan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kajian Literatur.....	8
2.2. Kajian Teoritis	16
2.2.1. Teori <i>Uses and effects</i>	16
2.2.2. Komunikasi	19
2.2.3. Aspek-aspek Komunikasi	19
2.2.4. Media Baru	25
2.2.5. Penyajian Pesan Efektif Pada Media Digital	29
2.2.6. Pengalaman Pengguna	31
2.2.7. Hubungan Komunikasi Efektif dan Pengalaman Pengguna Pada <i>Mobile Application</i>	33
2.3. Kerangka Pemikiran	35
2.4. Hipotesis	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Objek Penelitian.....	37
3.2. Metode Penelitian	37
3.3. Populasi dan Sampling	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampling	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data Primer.....	41
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder	42
3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.6. Teknik Analisis Data	46
3.6.1. Tabel Tunggal	47
3.6.2. Distribusi Frekuensi.....	47
3.6.3. Uji Korelasi.....	49
3.6.4. Uji Regresi	51
3.7. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	52
3.7.1. Uji Validitas.....	52
3.7.2. Uji Reliabilitas	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Profil Aplikasi Gaya Hidup “GROOPY”	61
4.2. Hasil Penelitian	68
4.2.1. Profil Responden Penelitian	68
4.2.2. Hasil Tabel Tunggal Komunikasi Efektif.....	72
4.2.3. Hasil Tabel Tunggal Pengalaman Pengguna	108
4.2.4. Hasil Akumulasi Tabel Tunggal Komunikasi Efektif dan Pengalaman Pengguna	149
4.2.5. Hasil Uji Normalitas	151
4.2.6. Hasil Uji Korelasi	153
4.2.7. Hasil Uji Regresi.....	154
4.3. Pembahasan	155
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	165
5.1. Kesimpulan	165
5.2. Saran	165
5.2.1. Saran Teoritis.....	165
5.2.2. Saran Praktis	167
DAFTAR PUSTAKA.....	170
LAMPIRAN	173

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3. 2 Skala Likert Penelitian.....	45
Tabel 3. 3 Skala Variabel Independen	48
Tabel 3. 4 Skala Variabel Dependen	49
Tabel 3. 5 Klasifikasi Kekuatan Korelasi	51
Tabel 3. 6 Klasifikasi Skor Validitas	54
Tabel 3. 7 Hasil Korelasi Pearson Komunikasi Efektif.....	54
Tabel 3. 8 Hasil Korelasi Pearson Pengalaman Pengguna	55
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 3. 10 Klasifikasi Skor Reliabilitas	57
Tabel 3. 11 Skala Reliabilitas Komunikasi Efektif.....	58
Tabel 3. 12 Frekuensi Reliabilitas Komunikasi Efektif.....	58
Tabel 3. 13 Skala Reliabilitas Pengalaman Pengguna.....	59
Tabel 3. 14 Frekuensi Reliabilitas Pengalaman Pengguna.....	59
Tabel 3. 15 Hasil Uji Reabilitas.....	60
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jabatan.....	71
Tabel 4. 4 Kredibilitas Sumber Pesan.....	72
Tabel 4. 5 Kredibilitas Sumber Pesan Berdasarkan Profil Usia	73
Tabel 4. 6 Kredibilitas Sumber Pesan Berdasarkan Profil Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4. 7 Kredibilitas Sumber Pesan Berdasarkan Profil Jabatan.....	76
Tabel 4. 8 Kesesuaian Pesan.....	77
Tabel 4. 9 Kesesuaian Pesan Berdasarkan Profil Usia	78
Tabel 4. 10 Kesesuaian Pesan Berdasarkan Profil Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4. 11 Kesesuaian Pesan Berdasarkan Profil Jabatan.....	81

Tabel 4. 12 Kejelasan Pesan	83
Tabel 4. 13 Kejelasan Pesan Berdasarkan Profil Usia.....	85
Tabel 4. 14 Kejelasan Pesan Berdasarkan Profil Jenis Kelamin	86
Tabel 4. 15 Kejelasan Pesan Berdasarkan Profil Jabatan	87
Tabel 4. 16 Pengulangan Pesan	89
Tabel 4. 17 Pengulangan Pesan Berdasarkan Profil Usia.....	91
Tabel 4. 18 Pengulangan Pesan Berdasarkan Profil Jenis Kelamin	92
Tabel 4. 19 Pengulangan Pesan Berdasarkan Profil Jabatan	94
Tabel 4. 20 Kesimpulan Pesan.....	96
Tabel 4. 21 Kesimpulan Pesan Berdasarkan Usia	96
Tabel 4. 22 Kesimpulan Pesan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	97
Tabel 4. 23 Kesimpulan Pesan Berdasarkan Jabatan.....	98
Tabel 4. 24 Visualisasi Pesan	99
Tabel 4. 25 Visualisasi Pesan Berdasarkan Usia	100
Tabel 4. 26 Visualisasi Pesan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	101
Tabel 4. 27 Visualisasi Pesan Berdasarkan Jabatan	102
Tabel 4. 28 Penerapan Pesan	104
Tabel 4. 29 Penerapan Pesan Berdasarkan Usia	105
Tabel 4. 30 Penerapan Pesan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4. 31 Penerapan Pesan Berdasarkan Jabatan	107
Tabel 4. 32 Kegunaan (Usability).....	108
Tabel 4. 33 Kegunaan (Usability) Berdasarkan Usia	110
Tabel 4. 34 Kegunaan (Usability) Berdasarkan Jenis Kelamin	112
Tabel 4. 35 Kegunaan (Usability) Berdasarkan Jabatan.....	113
Tabel 4. 36 Daya Tarik (Attractiveness).....	115
Tabel 4. 37 Daya Tarik (Attractiveness) Berdasarkan Usia	117
Tabel 4. 38 Daya Tarik (Attractiveness) Berdasarkan Jenis Kelamin.....	118
Tabel 4. 39 Daya Tarik (Attractiveness) Berdasarkan Jabatan.....	120
Tabel 4. 40 Kepuasan (Satisfaction).....	122
Tabel 4. 41 Kepuasan (Satisfaction) Berdasarkan Usia.....	123
Tabel 4. 42 Kepuasan (Satisfaction) Berdasarkan Jenis Kelamin	125

Tabel 4. 43 Kepuasan (Satisfaction) Berdasarkan Jabatan	127
Tabel 4. 44 Keandalan (Dependability)	129
Tabel 4. 45 Keandalan (Dependability) Berdasarkan Usia	130
Tabel 4. 46 Keandalan (Dependability) Berdasarkan Jenis Kelamin	132
Tabel 4. 47 Keandalan (Dependability) Berdasarkan Jabatan	134
Tabel 4. 48 Efisiensi (Efficiency)	136
Tabel 4. 49 Efisiensi (Efficiency) Berdasarkan Usia	137
Tabel 4. 50 Efisiensi (Efficiency) Berdasarkan Jenis Kelamin	139
Tabel 4. 51 Efisiensi (Efficiency) Berdasarkan Jabatan	140
Tabel 4. 52 Kontrol (Stimulation)	142
Tabel 4. 53 Kontrol (Stimulation) Berdasarkan Usia	143
Tabel 4. 54 Kontrol (Stimulation) Berdasarkan Jenis Kelamin	145
Tabel 4. 55 Kontrol (Stimulation) Berdasarkan Jabatan	147
Tabel 4. 56 Akumulasi Distribusi Frekuensi Komunikasi Efektif	149
Tabel 4. 57 Akumulasi Distribusi Frekuensi Pengalaman Pengguna	150
Tabel 4. 58 Hasil Uji Normalitas	151
Tabel 4. 59 Hasil Uji Korelasi Spearman	153
Tabel 4. 60 Hasil Uji Korelasi Spearman	154
Tabel 4. 61 Hasil Uji Regresi	154
Tabel 4. 62 Hasil Uji t Regresi	155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Halaman Home Aplikasi GROOPY	62
Gambar 4. 2 Halaman Menu Langkah GROOPY	63
Gambar 4. 3 Halaman Menu Cek Minum GROOPY	64
Gambar 4. 4 Kemasan Botol Minum (Smart Tumbler) GROOPY.....	65
Gambar 4. 5 Halaman Menu Teman Healing GROOPY.....	66
Gambar 4. 6 Halaman Menu Kaloriku GROOPY	67
Gambar 4. 7 Halaman Menu Peringkat GROOPY	68
Gambar 4. 8 Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 4. 9 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Gambar 4. 10 Responden Berdasarkan Jabatan.....	71
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas Komunikasi Efektif.....	152
Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas Pengalaman Pengguna.....	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	173
Lampiran 2 <i>Coding Sheet</i> Penelitian	175
Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian	176
Lampiran 4 Korespondensi Penulis Dengan Pihak Pengembang GROOPY	177
Lampiran 5 CV Penulis	178

