

## ABSTRAK

Berdasarkan Data Top Brand Index tahun 2017, hal tersebut menandakan bahwa PT. Gojek Indonesia memimpin *brand* jasa transportasi *online* di Indonesia, khususnya ojek *online*. *Brand image* secara langsung akan didapatkan dari pemahaman yang terbentuk dari kesan terhadap pelayanan yang diberikan. Citra (*image*) sendiri bersifat dinamis, tidak statis sehingga dapat naik turun sepanjang perjalanan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui citra citra Gojek dalam pemberitaan media *online* Detik.com Periode Juli – September 2018. Metode penelitian ini menggunakan analisis isi. Objek penelitian ini adalah artikel berita Gojek yang terdapat dalam situs Detik.com periode Juli – September 2018 yang berjumlah 52 berita. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori citra dan opini publik *agenda setting*. Hasil temuan data menunjukkan bahwa format berita termasuk dalam format *soft news*, ukuran berita didominasi oleh berita dengan ukuran pendek, pokok permasalahan yang paling banyak diangkat dalam tentang layanan gojek dan permasalahan internal Gojek, narasumber dikutip dalam pemberitaan adalah narasumber internal dan pemberitaan tentang Gojek mencitrakan Gojek secara positif. Citra yang terbentuk melalui konstruksi media detik.com adalah positif (baik). Citra positif yang terbentuk terdapat pada pelayanan dan kualitas produk, sedangkan pada budaya perusahaan, perilaku perusahaan dan perilaku driver ojek sebagian besar masuk dalam kategori tidak baik.

Kata Kunci : Gojek, Media Online, Citra

## **ABSTRACT**

*Based on the 2017 Top Brand Index, this indicates that PT. Gojek Indonesia leads the brand of online transportation services in Indonesia, especially online motorcycle taxis. Brand image directly will be obtained from understanding that is formed from the impression of the service provided. The image itself is dynamic, not static so it can go up and down throughout the course of the company. The purpose of this study is to find out the image of Gojek in reporting on Detik.com online media for the period July - September 2018. This research method uses content analysis. The object of this research is the Gojek news article found on the Detik.com website for the period July - September 2018, totaling 52 news. The theory used in this study is image theory and public opinion agenda setting. The findings of the data show that the news format is included in the soft news format, news size is dominated by short-size news, the most raised issues in motorcycle taxi services and internal problems Gojek, sources quoted in the news are internal sources and news about Gojek portrays Gojek positively. The image formed through the construction of media detik.com is positive (good). The positive image formed is in service and product quality, whereas in corporate culture, corporate behavior and the behavior of motorcycle taxi drivers are mostly in the bad category.*

*Keywords: Gojek, Online Media, Citra*