

**PENGARUH SOSIALISASI PESAN PROGRAM OK OTRIP PEMPROV DKI  
JAKARTA DI MEDIA SOSIAL *TWITTER* TERHADAP PERILAKU PENGGUNA  
ANGKUTAN KOTA**

(Survei dilakukan pada *Followers* Media Sosial *Twitter* @PT\_TransJakarta)

**KUSUMA LISTIANING RAMADHANTI**

**Abstrak**

Berkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberi kemudahan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi. Salah satunya adalah penggunaan jaringan internet untuk menyampaikan pesan komunikasi. Humas Pemprov DKI Jakarta memiliki kewajiban untuk mensosialisasikan program, kebijakan maupun kegiatan Pemprov DKI Jakarta. Program yang diberi nama One Karcis One Trip (OK Otrip), merupakan layanan dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk menciptakan sistem transportasi umum massal yang efisien dan terintegrasi di Jakarta. 40% perjalanan di DKI menggunakan *public transport*, salah satu alasan yang menyebabkan tingkat penggunaan transportasi umum yang masih rendah (berkisar antara 15-20%) adalah belum optimalnya konektivitas antarmoda transportasi publik. Populasi penelitian ini adalah pengikut atau *followers Twitter* @PT\_TransJakarta yang berjumlah 291 ribu orang. Menggunakan metode *NonProbability Sampling* dan melalui teknik *accidental sampling*, sampel yang diambil hanya 100 responden yang disederhanakan menggunakan rumus Yamane. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori S-O-R yang digunakan dalam penelitian. Sosialisasi pesan program OK Otrip menggunakan konsep sosialisasi yang diukur berdasarkan 5 (lima) dimensi yaitu proses pesan, sumber pengetahuan, kesadaran sosial, media dan langsung. Perilaku pengguna angkutan kota juga diukur berdasarkan 3 (tiga) dimensi yaitu perubahan alamiah, perubahan terencana dan kesediaan untuk berubah. Dari hasil regresi yang didapat 0,312 yang mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu kali untuk sosialisasi pesan program OK Otrip maka perilaku pengguna angkutan kota meningkat sebesar 0,312. Sebaliknya jika negatif sosialisasi pesan program OK Otrip menurun sebesar 0,312. Hasil uji hipotesis  $t$  hitung  $3,977 > t$  table 1,66 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh yang signifikan antara sosialisasi pesan program OK Otrip Pemprov DKI Jakarta terhadap perilaku pengguna angkutan kota).

**Kata Kunci:** Sosialisasi, Pesan, Program OK Otrip, Perilaku, Teori S-O-R.

***THE SOCIALIZATION EFFECT OF PROVINCIAL DKI JAKARTA "OK Otrip"  
GOVERNOR PROGRAM MESSAGE FOR TRANSPORT USER'S BEHAVIOR ON  
TWITTER***

*( Survey from @PT\_TransJakarta's Twitter Followers)*

***KUSUMA LISTIANING RAMADHANTI***

***Abstrack***

*The development science and technology gives ease in carrying out communication activities. One of them is the use of the internet to deliver the message communication. The provincial Government of DKI Jakarta public relations has the obligation to socialize the program, policy or activity of the provincial Government of DKI Jakarta. The program was named One of One of Trip Tickets (OK Otrip), this is the service from the provincial Government of DKI Jakarta to create mass public transportation system that is efficient and integrated in Jakarta. 40% in DKI trip using public transport, one reason that caused public transport usage rate is still low (range 15-20%) is not yet optimal connectivity antarmoda public transport. This research population are followers or the Twitter followers of @PT\_TransJakarta 291 thousand people. NonProbability Sampling method and technique through accidental sampling, samples taken just 100 respondents using a simplified Yamane's formula. The theory used in this research is the theory of S-O-R used in the study. Socialization program message OK Otrip use the concept of socialization which is measured based on (5) five dimensions i.e. process messages, source of knowledge, awareness social, media and direct. Transport user behavior is also measured based on (3) three dimensions, namely natural change planned changes, and a willingness to change. From the regression results obtained 0.312 which have the sense that any one time for program socialization's message OK Otrip then user behavior transportation increased by 0.312. Conversely, if negative socialization message declined by Otrip OK program 0.312. Hypothesis test results  $t$  calculate  $3.977 > t$  table  $1.66$  then  $H_0$  denied and  $H_a$  received (there was significant influence between the socialization program message OK Otrip the provincial Government of DKI Jakarta against Transport user behavior).*

***Keywords:*** *Socialization, Messaging, OK Otrip Program, Behavior, S-O-R Theory.*