

Sumber: [Instagram.com/mrtjkt](https://www.instagram.com/mrtjkt)

Judul Skripsi:

Pengaruh Pesan Kampanye #JelajahiJakarta oleh PT MRT Jakarta Terhadap Perubahan Perilaku Pengikut Instagram @mrtjkt untuk Menggunakan Transportasi Publik

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Putri Nabillah

NIM : 2010411106



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA

2020



SKRIPSI

Pengaruh Pesan Kampanye #JelajahiJakarta oleh PT MRT Jakarta Terhadap Perubahan Perilaku Pengikut Instagram @mrtjkt untuk Menggunakan Transportasi Publik

Oleh :

Putri Nabillah (2010411106)

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2024

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Nabillah
NIM : 2010411106
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

(PENGARUH PESAN KAMPANYE #JELAJAHIJAKARTA OLEH PT MRT JAKARTA TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU PENGIKUT INSTAGRAM @MRTJKT UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI PUBLIK)


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Juni 2024

Yang menyatakan,


(Putri Nabillah)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip
maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Putri Nabillah
NIM : 2010411106
Program Studi : Ilmu Komunikasi S1

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini
maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juni 2024

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
ABAOEALX191988551
(Putri Nabillah)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : PUTRI NABILLAH
NIM : 2010411106
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI S1
JUDUL : PENGARUH PESAN KAMPANYE #JELAJAHIJAKARTA
OLEH PT MRT JAKARTA TERHADAP PERUBAHAN
PERILAKU PENGIKUT INSTAGRAM @MRTJKT UNTUK
MENGUNAKAN TRANSPORTASI PUBLIK

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si.

Penguji 1



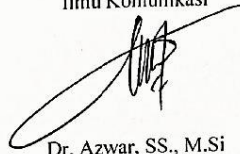
Dr. Drina Intyaswati, M.Si

Penguji 2



Putrawan Yuliandri, S.I.Kom.,M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 3 Juli 2024

PENGARUH PESAN KAMPANYE #JELAJAHIJAKARTA OLEH PT MRT JAKARTA TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU PENGIKUT INSTAGRAM @MRTJKT UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI PUBLIK

PUTRI NABILLAH

ABSTRAK

Kemacetan lalu lintas di Jakarta sudah menjadi pemandangan umum setiap waktu. Penggunaan transportasi publik merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk mengurangi masalah kemacetan. Salah satu transportasi publik yaitu MRT Jakarta sedang melakukan kampanye #JelajahiJakarta pada media sosialnya, salah satunya Instagram @mrtjkt. Kampanye #JelajahiJakarta merupakan salah satu upaya untuk mengajak masyarakat untuk menggunakan transportasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye #JelajahiJakarta terhadap perilaku pengikut instagram @mrtjkt untuk menggunakan transportasi publik dengan menggunakan teori Hierarchy of Effects. Teori ini memberikan perhatian khusus pada efek pesan terhadap khalayak melalui tahapan kognitif, tahap efektif, dan konatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan metode menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu followers akun Instagram @mrtjkt. Hasil penelitian berdasarkan uji koefisien menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kampanye #JelajahiJakarta sebesar 64,5% terhadap perilaku pengikut instagram @mrtjkt untuk menggunakan transportasi publik. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh bahwa nilai koefisien regresi yang diperoleh bernilai positif sebesar 1,087 yang menunjukkan bahwa arah hubungan variabel X dan Y adalah searah. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung yaitu $13,340 > t$ tabel 1,665, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. yang artinya terdapat pengaruh pada pesan kampanye #JelajahiJakarta oleh PT MRT Jakarta terhadap perubahan perilaku pengikut instagram @mrtjkt untuk menggunakan transportasi publik

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Perilaku Pengikut Instagram @mrtjkt, Transportasi Publik, Teori *Hierarchy of Effects*.

**THE INFLUENCE OF THE MESSAGE CONTENT OF THE
#JELAJAHJAKARTA CAMPAIGN BY PT MRT JAKARTA ON CHANGES
IN INSTAGRAM FOLLOWERS @MRTJKT BEHAVIOR IN USING PUBLIC
TRANSPORTATION**

PUTRI NABILLAH

ABSTRACT

Traffic problems in Jakarta have become an everyday occurrence. The use of public transportation is one means that can be used to reduce the problems. One of the public transportations, namely MRT Jakarta, is carrying out the #JelajahiJakarta campaign on its social media, one of which is Instagram @mrtjkt. The #JelajahiJakarta campaign is an effort to encourage people to use public transportation. This research aims to determine the influence of the #jelajahijakarta campaign on changes in the behavior of instagram followers @mrtjkt when using public transportation using the Hierarchy of Effects theory. This theory pays special attention to the effect of messages on audiences through cognitive, effective, and conative stages. The method used in this research is explanatory quantitative by distributing questionnaires to 100 respondents, namely followers of the Instagram account @mrtjkt. The results of this research show that the #JelajahiJakarta campaign has an influence of 64.5% on the behavior of Instagram followers @mrtjkt to use public transportation. The results of the simple linear regression test indicated that the regression coefficient value obtained was positive at 1.087, which indicated that the direction of the relationship between variables X and Y was unidirectional. The results of the hypothesis test show that the calculated t value is 13,340 > t table 1.665, so it can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted. which means that there is an influence on the #JelajahiJakarta campaign message by PT MRT Jakarta on changes in the behavior of Instagram followers @mrtjkt to use public transportation.

Keywords: Campaign Message, Community Behavior, Public Transportation, Hierarchy of Effects Theory.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Sri Rahayu dan Bapak Cecep Abdullah atas segala kontribusi yang tak ternilai dalam perjalanan hidup penulis. Doa, kasih sayang, kepercayaan, dan juga dukungan tanpa henti menjadi motivasi terbesar bagi penulis. Terima kasih atas kebersediaan Bapak dan Ibu untuk senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis tanpa mengenal lelah. Kedua orang tua adalah inspirasi dan sumber kekuatan terbesar bagi penulis.
2. Kakak dan adik tercinta, Muhammad Fauzian Abdillah dan Alya Khaufi Zahra yang memberikan semangat dan motivasi. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang juga berperan sebagai dosen pembimbing yang membantu peneliti dalam memberi saran dan kritik secara mendalam pada penelitian ini.
4. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
5. Dr. Drina Intyaswati. M.Si selaku Dosen Penguji I dan Putrawan Yuliandri, S.I.Kom.,M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah memberi saran dan kritik pada proses penelitian ini.
6. MRT Jakarta selaku pemilik akun media sosial Instagram @mrtjkt, yang telah melakukan Kampanye #JelajahiJakarta dan menjadi inspirasi bagi peneliti untuk pembuatan skripsi ini.
7. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
8. Sahabat penulis, Poajiah, Intan, Syaida, Azizah, Lutfiyah, dan Puteri yang telah setia menemani dan memberikan dukungan.
9. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan, Melati, Salsabila, Cinta, dan Wennestyia terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah dijalin

selama masa perkuliahan. Terima kasih telah memberikan kontribusi yang sangat berarti melalui diskusi, berbagi pengetahuan, dorongan dan juga semangat yang tiada henti.

10. Teman-teman seperbimbingan, Winda, Dipta, Reyza, dan Kak Afifah yang telah menemani dan saling mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Diri saya sendiri, terima kasih banyak telah berjuang dan bertahan sejauh ini untuk tidak menyerah dalam segala kondisi yang dilalui. Terima kasih telah mengatur waktu dengan baik, menghadapi tantangan, dan terus belajar dari setiap kesalahan. Proses penyusunan skripsi ini mengajarkan penulis banyak hal berharga dan menjadi inspirasi bagi penulis untuk terus belajar.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum sempurna. Maka dari itu, penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran agar kualitas penelitian ini dapat ditingkatkan.

Jakarta, 19 Juni 2024



Putri Nabillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	18
2.2.1 Teori Penelitian (Teori <i>Hierarchy of Effects</i>)	18
2.2.2 Kampanye	21
2.2.3 Kampanye MRT Jakarta	25
2.2.4 Perilaku	26
2.2.5 Instagram MRT Jakarta.....	27
2.3 Alur Penelitian.....	29
2.4 Perumusan Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.2.1 Subjek Penelitian.....	32
3.2.2 Objek Penelitian	32
3.3 Jenis Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.5 Sumber Data	39
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.6.3 Uji Normalitas	45
3.6.4 Uji Korelasi	46
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi	46
3.6.6 Uji Regresi Linear Sederhana	46
3.7 Pengujian Hipotesis	47
3.8 Jadwal Penelitian	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.3 Analisis.....	79
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	79
4.3.2 Hasil Uji Korelasi.....	80
4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
4.3.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	83
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis	84
4.4 Pembahasan	86

BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	96
5.2.1. Saran Akademis	96
5.2.2. Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	97
RIWAYAT HIDUP	106
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 2 Model Teori.....	20
Gambar 3 Alur Penelitian.....	29
Gambar 4 Logo MRT Jakarta	49
Gambar 5 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden (n=100)	52
Gambar 6 Kategori Responden Berdasarkan Usia Responden (n=100)	53
Gambar 7 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden (n=100).....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2 Skala Likert	34
Tabel 3 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Kampanye #JelajahiJakarta (X)	41
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Pengikut Instagram @mrtjkt (Y) .	42
Tabel 6 Interpretasi Reliabilitas Instrumen	44
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	44
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	45
Tabel 9 Rencana Waktu Penelitian	48
Tabel 10 Klasifikasi Interpretasi Perhitungan Persentase	51
Tabel 11 Kriteria Responden (n=100)	51
Tabel 12 Pernyataan X1	54
Tabel 13 Pernyataan X2	55
Tabel 14 Pernyataan X3	55
Tabel 15 Pernyataan X4	56
Tabel 16 Pernyataan X5	57
Tabel 17 Pernyataan X6	57
Tabel 18 Pernyataan X7	58
Tabel 19 Pernyataan X8	59
Tabel 20 Pernyataan X9	59
Tabel 21 Pernyataan X10	60
Tabel 22 Pernyataan X11	61
Tabel 23 Pernyataan X12	61
Tabel 24 Pernyataan X13	62
Tabel 25 Pernyataan X14	62
Tabel 26 Pernyataan X15	63
Tabel 27 Pernyataan X16	64
Tabel 28 Pernyataan X17	64
Tabel 29 Pernyataan Y1	65
Tabel 30 Pernyataan Y2	66
Tabel 31 Pernyataan Y3	66

Tabel 32 Pernyataan Y4	67
Tabel 33 Pernyataan Y5	68
Tabel 34 Pernyataan Y6	68
Tabel 35 Pernyataan Y7	69
Tabel 36 Pernyataan Y8	70
Tabel 37 Pernyataan Y9	70
Tabel 38 Pernyataan Y10	71
Tabel 39 Pernyataan Y11	72
Tabel 40 Pernyataan Y12	72
Tabel 41 Pernyataan Y13	73
Tabel 42 Pernyataan Y14	73
Tabel 43 Pernyataan Y15	74
Tabel 44 Pernyataan Y16	75
Tabel 45 Pernyataan Y17	76
Tabel 46 Pernyataan Y18	76
Tabel 47 Pernyataan Y19	77
Tabel 48 Pernyataan Y20	78
Tabel 49 Pernyataan Y21	78
Tabel 50 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 51 Hasil Uji Korelasi.....	81
Tabel 52 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 53 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
Tabel 54 Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	107
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	107
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	108
Lampiran 4 Lembar Perbaikan Skripsi	109
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 6 Data Variabel X.....	118
Lampiran 7 Data Variabel Y	119
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	120
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	120
Lampiran 10 Hasil Cek Turnitin	121
Lampiran 11 Tabel r.....	122
Lampiran 12 Tabel t.....	123
Lampiran 13 Permohonan Izin Referensi Kuesioner	124
Lampiran 14 Membagikan Kuesioner.....	124
Lampiran 15 Sertifikat	125