



Jingle MRT Jakarta "Ubah Jakarta"

Judul Tugas Akhir Skripsi :

**PENGARUH PESAN KAMPANYE "UBAH JAKARTA" TERHADAP
SIKAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI UMUM GENERASI Z**

**Tugas Akhir Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratam Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Ananda Astrie Wiguna

NIM : 2110411304



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ananda Astrie Wiguna

NIM : 2110411304

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 02 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Ananda Astrie Wiguna)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTING AKADEMIS

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

Nama : Ananda Astric Wiguna
NIM : 2110411304
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 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 “UBAH JAKARTA” TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI UMUM PADA GENERASI Z

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, 02 Juni 2025

Pada tanggal : Senin, 02 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Ananda Astric Wiguna)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Ananda Astrie Wiguna
NTM : 2110411304
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Pesan Kampanye “Ubah Jakarta” terhadap Sikap
Penggunaan Transportasi Umum Generasi Z

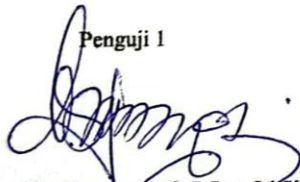
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



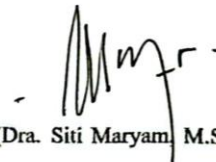
(Rizkiya Ayu Maulida, [S.IP.](#), MA)

Penguji 1



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ananda Astrie Wiguna

NIM : 2110411304

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Kampanye “Ubah Jakarta” terhadap Sikap
Penggunaan Transportasi Umum Generasi Z

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

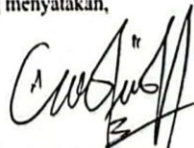
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta, 02 Juni 2025

Pada tanggal : Senin, 02 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Ananda Astrie Wiguna)

PENGARUH PESAN KAMPANYE “UBAH JAKARTA” TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI UMUM GENERASI Z

ANANDA ASTRIE WIGUNA

ABSTRAK

Tingginya aktivitas dan mobilitas masyarakat di Jakarta menjadikan perkembangan sarana dan prasarana di daerah ini kini berorientasi kepada transportasi publik yang dapat menghubungkan tiap daerah di Jakarta serta wilayah sekitarnya. . Pada saat ini, MRTJ (*Mass Rapid Transit Jakarta*) merupakan satu diantara banyaknya moda transportasi yang beroperasi di Jakarta. MRT Jakarta sebagai salah satu moda transportasi umum tersebut memiliki sebuah kampanye “Ubah Jakarta” yang bertujuan untuk mengajak masyarakat Jakarta agar mulai beralih dari transportasi pribadi ke transportasi umum. Adapun pesan kampanye “Ubah Jakarta” tersebut hadir dalam beberapa bentuk, pertama yaitu dalam bentuk tagar #ubahjakarta dan yang terbaru adalah dalam bentuk Jingle MRT “Ubah Jakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pesan kampanye “Ubah Jakarta” dalam bentuk terbaru yaitu Jingle MRT terhadap sikap penggunaan transportasi umum pada generasi Z. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Elaboration Likelihood Model*. Pada penelitian ini digunakan sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Hasil uji pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye “Ubah Jakarta” dalam bentuk Jingle MRT terhadap sikap penggunaan transportasi umum generasi Z dengan hasil uji linear sederhana sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai korelasi antara variabel 0,819, hasil uji koefisien determinasi dengan nilai korelasi R sebesar 0,853 dan nilai koefisien determinasi R-square sebesar 0,728 dan hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye “Ubah Jakarta” dalam Jingle MRT terhadap sikap penggunaan transportasi generasi Z.

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Jingle, Sikap, Transportasi Umum

THE INFLUENCE OF "UBAH JAKARTA" CAMPAIGN MESSAGE ON GENERATION Z'S ATTITUDE TOWARDS PUBLIC TRANSPORTATION USE

ANANDA ASTRIE WIGUNA

ABSTRACT

The high level of activity and mobility of the people in Jakarta has led to the development of infrastructure in this area now being oriented towards public transportation that can connect every region in Jakarta and its surrounding areas. Currently, MRTJ (Mass Rapid Transit Jakarta) is one of the many modes of transportation operating in Jakarta. MRT Jakarta, as one of the public transportation modes, has a campaign called "Ubah Jakarta" aimed at encouraging the people of Jakarta to start switching from private transportation to public transportation. The "Ubah Jakarta" campaign message is presented in several forms, first as the hashtag #ubahjakarta and more recently as the MRT Jingle "Ubah Jakarta." This research aims to determine whether there is an influence of the "Ubah Jakarta" campaign message in its latest form, the MRT Jingle, on the attitude towards public transportation usage among Generation Z. The theory used in this research is the Elaboration Likelihood Model. In this study, a sample of 100 respondents was used. The test results in this study indicate that there is a significant influence of the "Change Jakarta" campaign message in the form of the MRT Jingle on the attitude towards the use of public transportation among Generation Z, with a simple linear test result of $0.000 < 0.05$ and a correlation value between variables of 0.819. The determination coefficient test results show a correlation value of R equal to 0.853 and an R-square determination coefficient value of 0.728. The hypothesis test results state that there is a significant influence of the "Change Jakarta" campaign message in the MRT Jingle on the attitude towards the use of transportation among Generation Z.

Keywords: *Campaign Message, Jingle, Attitude, Public Transportation*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas ridho dan karuania-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Kampanye Ubah Jakarta terhadap Sikap Penggunaan Transportasi Umum Generasi Z”. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai bantuan dan dukungan yang didapatkan dari banyak pihak sehingga penulis dapat mengatasi kesulitan yang dialami. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Syamsul Arifin dan Dina Mariana, yang selalu memberikan semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.
2. Kak Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., MA., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan saya bimbingan, arahan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si dan Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Dosen Penguji skripsi saya yang membantu mengarahkan saya dalam penyusunan penelitian.
4. Seluruh teman dan sahabat yang selalu menemani dan membantu saya selama menempuh pendidikan hingga penyusunan tugas akhir skripsi.
5. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga membantu proses penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, skripsi ini merupakan hasil penelitian yang masih jauh dari kata sempurna. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 02 Juni 2025

(Ananda Astrie Wiguna)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTING AKADEMIS	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penelitian	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	19
2.2.1 Teori Elaboration Likelihood Model	19
2.2.2 Kampanye	22
2.2.3 Pesan Kampanye	23
2.2.4 Sikap	25
2.2.5 Transportasi Umum	26
2.2.6 Jingle	28
2.2.7 Generasi Z	28

2.3 Kerangka Berpikir	30
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Objek Penelitian.....	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Sumber Data.....	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.6.3 Uji Normalitas.....	42
3.6.4 Uji Korelasi	42
3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	43
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi.....	43
3.6.7 Uji Hipotesis.....	43
3.7 Tabel Rencana Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Analisis Data Variabel X	48
4.2.3 Analisis Data Variabel Y	59
4.3 Analisis Penelitian.....	69
4.3.1 Analisis Data Hasil Uji Normalitas.....	69
4.3.2 Analisis Data Hasil Uji Korelasi	69

4.3.3 Analisis Data Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	70
4.3.4 Analisis Data Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
4.3.5 Analisis Data Hasil Uji Hipotesis(Uji-T).....	72
4.4 Pembahasan Penelitian.....	73
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
 DAFTAR PUSTAKA	85
RIWAYAT HIDUP	90
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tabel Komuter Jabodetabek di Lokasi Kegiatan Jakarta	2
Gambar 2. Infografis Penggunaan MRT Bulan Januari 2024.....	4
Gambar 3. Infografis Penggunaan MRT Bulan Februari 2024.....	4
Gambar 4. Infografis Penggunaan MRT Bulan Maret 2024.....	5
Gambar 5. Infografis Penggunaan MRT Bulan April 2024.....	5
Gambar 6. Perolehan Suara Jingle MRT Jakarta	7
Gambar 7. Komentar Terkait Jingle “Ubah Jakarta” by OLITO	8
Gambar 8. Komentar Terkait Jingle “Ubah Jakarta” by OLITO	8
Gambar 9. Komentar Terkait Jingle “Ubah Jakarta” by OLITO	9
Gambar 10. Komentar Terkait Jingle “Ubah Jakarta” by OLITO	9
Gambar 11. Komentar Terkait Jingle “Ubah Jakarta” by OLITO	10
Gambar 12. Model Elaborasi Kemungkinan.....	22
Gambar 13. Kerangka Berpikir	31
Gambar 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	41
Gambar 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	41
Gambar 16. Logo PT MRT Jakarta.....	45
Gambar 17. Rata-rata Skor Tanggapan Sikap.....	76
Gambar 18. Respon Positif terhadap Jingle MRT 1	78
Gambar 19. Respon Positif terhadap Jingle MRT 2	79
Gambar 20. Respon Negatif terhadap Jingle MRT 1	80
Gambar 21. Respon Negatif terhadap Jingle MRT 2	80
Gambar 22. Respon MRT Jakarta.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X	39
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 5. Rencana Penelitian	44
Tabel 6. Kategorisasi Rata-Rata Skor Nilai Tanggapan Responden.....	46
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna MRT	48
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mendengar atau Mengetahui Jingle MRT "Ubah Jakarta"	48
Tabel 11. Analisis Pernyataan X1	48
Tabel 12. Analisis Pernyataan X2	49
Tabel 13. Analisis Pernyataan X3	50
Tabel 14. Analisis Pernyataan X4	50
Tabel 15. Analisis Pernyataan X5	51
Tabel 16. Analisis Pernyataan X6	52
Tabel 17. Analisis Pernyataan X7	52
Tabel 18. Analisis Pernyataan X8	53
Tabel 19. Analisis Pernyataan X9	53
Tabel 20. Analisis Pernyataan X10	54
Tabel 21. Analisis Pernyataan X11	54
Tabel 22. Analisis Pernyataan X12	55
Tabel 23. Analisis Pernyataan X13	56
Tabel 24. Analisis Pernyataan X14	56
Tabel 25. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Isi Pesan	57
Tabel 26. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Struktur Pesan	58
Tabel 27. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Bingkai Pesan.....	58
Tabel 28. Analisis Pernyataan Y1	59
Tabel 29. Analisis Pernyataan Y2	60
Tabel 30. Analisis Pernyataan Y3	60
Tabel 31. Analisis Pernyataan Y4	61
Tabel 32. Analisis Pernyataan Y5	61
Tabel 33. Analisis Pernyataan Y6	62
Tabel 34. Analisis Pernyataan Y7	62
Tabel 35. Analisis Pernyataan Y8	63
Tabel 36. Analisis Pernyataan Y9	64
Tabel 37. Analisis Pernyataan Y10	64
Tabel 38. Analisis Pernyataan Y11	65
Tabel 39. Analisis Pernyataan Y12	65
Tabel 40. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Kognitif	66
Tabel 41. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Afektif	67
Tabel 42. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Konatif	67
Tabel 43. Rata-rata Skor Nilai Dimensi Behavioural	68

Tabel 44. Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 45. Hasil Uji Korelasi.....	70
Tabel 46. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	71
Tabel 47. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 48. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	91
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	92
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	92
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 5. Data Variabel X	96
Lampiran 6. Data Variabel Y	98
Lampiran 7. Hasil Analisis Uji.....	100
Lampiran 8. Hasil Cek Turnitin	103