

**PENGARUH IKLAN LAYANAN PUBLIK “DATA PELECEHAN
SEKSUAL DI KRL” TERHADAP SIKAP PENUMPANG
(Survei Terhadap Penumpang Kereta Commuter Line)**

IVANRIADI TRILAKSONO

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan layanan masyarakat "Data Pelecehan Seksual di KRL" pada sikap penumpang terhadap pelecehan seksual. Teori yang relevan dengan penelitian ini adalah Teori S-O-R yang terutama menjelaskan tentang bagaimana stimulus tertentu disampaikan kepada khalayak dan menghasilkan sikap baru. Iklan layanan masyarakat digunakan untuk mengirim pesan tentang masalah sosial seperti kesehatan masyarakat, jaminan sosial, kesadaran lingkungan, dan mencegah pelecehan seksual yang dalam penelitian ini adalah topik utama. Iklan layanan masyarakat dapat ditayangkan dalam berbagai bentuk, penelitian ini terutama berfokus pada iklan layanan masyarakat yang ditayangkan dalam iklan transit. Oleh karena itu penelitian ini menguji pengaruh iklan layanan masyarakat pada sikap penumpang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah penumpang kereta komuter. Untuk membuat pemilihan sampel ilmiah, peneliti menggunakan sampling tidak disengaja yang sesuai untuk penelitian ini bahwa sampel dipilih dengan karakteristik yang dibutuhkan oleh peneliti. Hasil penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti iklan layanan masyarakat "Data Pelecehan Seksual di KRL" memang memiliki beberapa efek pada sikap penumpang komuter terhadap pelecehan seksual.

Kata kunci: Teori S-O-R, Iklan Layanan Masyarakat, Sikap, Kuantitatif.

**THE EFFECTS OF PUBLIC SERVICE ADS “DATA PELECEHAN
SEKSUAL DI KRL” ON PASSENGERS’S ATTITUDES
(A Survey to Commuter Line Train Passenger)**

IVANRIADI TRILAKSONO

ABSTRACT

This research’s goal is to know the effect of public service ads “Data Pelecehan Seksual di KRL” on commuter line train passenger to sexual harassment. Theory that relevant to this research is S-O-R Theory that mainly explain about how certain stimulis delivered to audience and resulting a new attitudes. Public service ads used to send message about social issues such as public health, social security, environmental awareness, and preventing sexual harassment which in this research is the main topic. Public service ads can be delivered in many forms, this research mainly focus on public service ads that delivered in transit ads. This study therefore examined the effect of public service ads on passenger attitudes using quantitative research methods. The population of this study for the research are the passenger of commuter line train. To make the sampling selection scientific, the researcher employed an accidental sampling that suit for this research that the sample are accidentally selected with characteristics the researcher needs. The result of this research are H_0 is denied and H_a is accepted which means public service ads “Data Pelecehan Seksual di KRL” does have some effects on commuter line passenger’s attitude towards sexual harassment.

Keywords: *Theory S-O-R, Public Service Ads, Attitude, Quantitative.*