



**HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA JASA *COMMUTER LINE***

**(Survei pada Pengguna Jasa *Commuter Line* di Stasiun Jakartakota)**

**SKRIPSI**

**YOANNISA OCKTAFIRA**

**1310411135**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**



**HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA JASA *COMMUTER LINE***

**(Survei pada Pengguna Jasa *Commuter Line* di Stasiun Jakartakota)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**YOANNISA OCKTAFIRA**

**1310411135**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Yoannisa Ocktafira

NRP : 1310411135

Tanggal : 10 Juli 2017

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

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang menyatakan,



Yoannisa Ocktafira

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Yoannisa Ocktafira  
NRP : 1310411135  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi - *Public Relations*

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: **(Hubungan Antara Sosialisasi Penggunaan *Vending Machine* Dengan Persepsi Pengguna Jasa *Commuter Line*)** 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 : Juli 2017  
Yang Menyatakan,



(Yoannisa Ocktafira)

## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

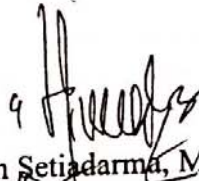
Nama : Yoannisa Ocktafira

NRP : 1310411135

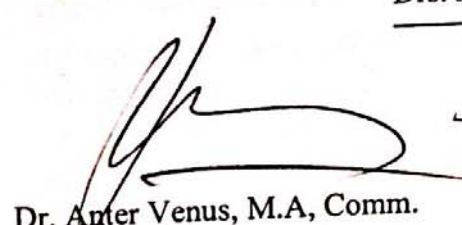
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*

Judul Skripsi : HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI PENGGUNAAN  
*VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA  
*JASA COMMUTER LINE*.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

  
Drs. Aan Setiadarma, M.Si.

Ketua Penguji


  
Dr. Anter Venus, M.A, Comm.

Penguji I

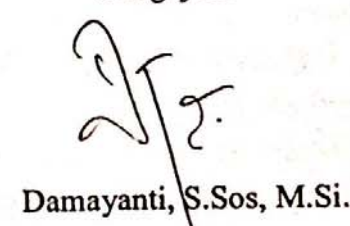


Dr. Anter Venus, M.A, Comm.

Dekan

  
Dr. Ispawati Asri, MM.

Penguji II

  
Damayanti, S.Sos, M.Si.

Ketua Program Studi

Ditetapkan Di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 10 Juli 2017

# HUBUNGAN SOSIALISASI PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA JASA *COMMUTER LINE*

(Survei Pengguna *Commuter Line* Di Stasiun Jakartakota)

Yoannisa Oektafira

## Abstrak

**Latar belakang** dari penelitian ini adalah untuk melihat fenomena kecanggihan teknologi dalam bidang jasa transportasi. Oleh sebab itu, PT. KAI Commuter Jabodetabek memiliki gagasan baru dalam pembelian tiket yaitu dengan menggunakan mesin otomatis atau biasa disebut dengan *Vending Machine*. Dengan keberadaan dari *Vending Machine* ini tujuannya adalah untuk mengurangi antrian dari pengguna *commuter line* yang cukup banyak. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan sosialisasi penggunaan *vending machine* dengan pengguna jasa *commuter line*. **Teori** yang digunakan adalah teori pola sosialisasi dan teori ketertarikan. **Metodologi penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatif. Dengan populasi sebanyak 18.889 orang dengan sampel 100 responden yang menggunakan rumus yamane. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu non probabilitas yaitu *accidental sampling*. **Hasil penelitian** diperoleh uji korelasi sebesar 0,952 yang berarti mempunyai hubungan yang kuat dan tinggi, uji regresi diketahui bahwa  $Y = 6,475 + 0,1164X$ , yang menyatakan mempunyai pengaruh signifikan dan koefisien determinasi besarnya 90,7%, sedangkan  $t_{hitung} 30,794 > t_{tabel} 1,661$  yang berarti terdapat pengaruh pola sosialisasi terhadap ketertarikan. **Kesimpulan** dari penelitian ini dengan signifikan 10% diperoleh  $t_{hitung} 30,794 > t_{tabel} 1,661$ . Sehingga terlihat bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa ada hubungan sosialisasi penggunaan *Vending Machine* dengan persepsi pengguna jasa *Commuter Line* (survei pada pengguna *Commuter Line* distasiun Jakartakota). **Saran** dari penelitian ini sebaiknya PT. KCI menambah *Commuter Line* dan *Vending Machine* disemua stasiun.

**Kata Kunci :** Sosialisasi, Persepsi, PT. KAI Commuter Jabodetabek

# **THE SOCIALIZATION THE USE OF *VENDING MACHINE* WITH THE PERCEPTION OF SERVICE USERS *COMMUTER* *LINE***

**(The Survey to Commuter Line Users, Jakartakota Station)**

**Yoannisa Ocktafira**

## **Abstract**

**The background** in this research is the phenomenon technologies in the services sector transportation. Therefore, PT. KAI Commuter Jabodetabek having a new idea in the ticket sale is by using machine automatic or commonly called Vending Machine. With existence from Vending Machine the aim is to reduce a queue from users Commuter Line enough. **Research purposes** is to know how big socialization the use of Vending Machine with the perception users Commuter Line. **The theory** that used in this research was socialization and perception. **Methodology** this research used a quantitative approach and explanative survey. Respondent of this research as many as 18.889 people in a month and samples were obtained as many as 100 people by using Yamane's formula. **Technique withdrawal sample** used namely non probability that is accidental sampling. Research results obtained correlations test of 0,952 which means had links significant, regression test note that  $Y=6,475 + 0,1164X$ , stating have leverage significant and determination of the 90,7% while t count 30,794 > t table 1,661 which means is the socialisation of Vending Machine with the perception users Commuter Line. **The conclusion** of the research by significant level of 10% obtained t count 30,794 > t table 1,661. So that it can be seen that  $H_0$  were rejected and  $H_a$  accepted, it means that there is the socialization the use Vending Machine with perception of service users Commuter Line (survey to Commuter Line users, Jakartakota Station). **Advice** from this research should PT. KCI increase Commuter Line and Vending Machine in all the station.

**Keyword : Socialization, Perception, PT. KAI Commuter Jabodetabek**

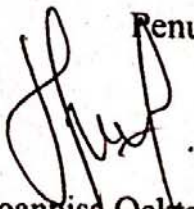
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu. Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta yang berjudul **"HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA JASA *COMMUTER LINE* (Survei terhadap pengguna *Commuter Line* di Stasiun Jakartakota)"**

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Anter Venus, M.Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN "Veteran" Jakarta.
2. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan I FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
3. Damayanti, S.Sos. M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
4. Dr. Ispawati Asri, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis. Terimakasih atas segala bimbingan, saran dan kritik nya untuk penulisan dan penyelesaian Skripsi ini.
5. PT. KAI Commuter Jabodetabek selaku sumber dari Skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak karena telah diperbolehkan melakukan riset.
6. Kedua orangtua dan adik penulis, terimakasih karena selalu mendoakan dan mendukung penulis.
7. Rahmat L. Saputra yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Pundhy, Gabby, Denanisa, Ka Mega, Tria, Ka Apri, Sesi, Indri dan teman-teman yang lain. Terima kasih atas dukungannya yang tiada henti dalam penyelesaian Skripsi ini.

Jakarta, Juli 2017

Penulis,  
  
Yoannisa Ocktafira



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Perumusan Masalah .....	7
I.3. Tujuan Penelitian .....	7
I.4. Manfaat Penelitian .....	7
I.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
I.4.2 Manfaat Praktis.....	7
I.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
II.1. Teori Dasar .....	10
II.1.1 Pengertian Komunikasi .....	10
II.1.2 Tujuan Komunikasi.....	12
II.1.3 Teori S-O-R.....	13
II.1.4 <i>Public Relations</i> .....	15
II.1.4.1 Tujuan <i>Public Relations</i> .....	16
II.1.4.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	16
II.1.4.3 Tugas <i>Public Relations</i> .....	17
II.2 Definisi Konsep .....	18
II.2.1 Sosialisasi.....	18
II.2.1.1 Faktor Penghambat Sosialisasi.....	20
II.2.2 Persepsi .....	20
II.3 Kerangka Berfikir .....	22
II.4 Hipotesis .....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1 Metode Penelitian .....	24
III.1.1 Jenis Penelitian .....	24
III.2 Populasi dan Sampel .....	25
III.2.1 Populasi.....	25
III.2.2 Penentuan Sampel dan Sampling.....	25

III.3 Operasional Konsep .....	26
III.4 Teknik Pengumpulan Data .....	30
III.5 Teknik Analisis Data .....	30
III.6 Metode Pengujian Instrumen .....	31
III.6.1 Uji Validitas .....	31
III.6.2 Uji Reliabilitas .....	34
III.6.3 Uji Korelasi .....	36
III.6.4 Uji Koefisien Determinasi .....	37
III.6.5 Uji Regresi .....	37
III.6.6 Uji Hipotesis .....	38
III.7 Tempat dan Waktu Penelitian .....	39

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	40
IV.1.1 Sejarah Kereta Rel Listrik (KRL) .....	40
IV.1.2 Latar Belakang Pendirian PT. KCJ .....	42
IV.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	43
IV.1.4 Manager Komunikasi dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	43
IV.1.5 <i>Vending Machine</i> .....	44
IV.2 Hasil Penelitian .....	45
IV.2.1 Karakteristik Responden .....	45
IV.2.2 Analisis Sosialisasi Penggunaan <i>Vending Machine</i> (X) .....	48
IV.2.3 Analisis Persepsi Pengguna Jasa <i>Commuter Line</i> .....	55
IV.3 Analisis Data .....	65
IV.3.1 Hubungan Antara Sosialisasi Penggunaan <i>Vending Machine</i> (X) ...	65
IV.3.2 Persepsi Pengguna Jasa <i>Commuter Line</i> (Y) .....	66
IV.4 Hasil Penelitian .....	68
IV.4.1 Uji Korelasi .....	68
IV.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi .....	69
IV.4.3 Uji Regresi .....	70
IV.4.4 Uji Hipotesis .....	71
IV.5 Analisis Pembahasan .....	73

#### BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan .....	75
V.2 Saran .....	76

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Operasional X.....	27
Tabel 2 Operasional Y .....	28
Tabel 3 Skala Likert .....	31
Tabel 4 Uji Validitas Variabel X .....	32
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y .....	33
Tabel 6 Nilai Alpha Cronbach .....	35
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel X.....	35
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	35
Tabel 9 Uraian Kegiatan .....	39
Tabel 10 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 11 Usia Responden.....	46
Tabel 12 Pendidikan Terakhir Responden .....	47
Tabel 13 Pekerjaan Responden .....	47
Tabel 14 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	48
Tabel 15 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	49
Tabel 16 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	49
Tabel 17 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	50
Tabel 18 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	51
Tabel 19 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	51
Tabel 20 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	52
Tabel 21 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	52
Tabel 22 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	53
Tabel 23 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	53
Tabel 24 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	54
Tabel 25 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	55

Tabel 26 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	55
Tabel 27 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	56
Tabel 28 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	57
Tabel 29 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	57
Tabel 30 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	58
Tabel 31 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	58
Tabel 32 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	59
Tabel 33 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	60
Tabel 34 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	60
Tabel 35 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	61
Tabel 36 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	61
Tabel 37 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	62
Tabel 38 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13 .....	63
Tabel 39 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14 .....	64
Tabel 40 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15 .....	64
Tabel 41 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16 .....	64
Tabel 42 Hasil Analisis Hubungan Sosialisasi .....	66
Tabel 43 Hasil Analisis Data Persepsi .....	67
Tabel 44 Nilai Kofisien Korelasi .....	68
Tabel 45 Hasil Uji Korelasi.....	69
Tabel 46 Uji Determinasi .....	69
Tabel 47 Uji Regresi .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Bentuk Vending Machine.....	4
Gambar 2 Sosialisasi Vending Machine dimedia sosia .....	5
Gambar 3 Sosialisasi Vending Machine di media sosia .....	5
Gambar 4 Sosialisasi yang dilakukan staff PT. KCJ .....	6
Gambar 5 Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 6 Logo PT. KCJ.....	42