ABSTRAK
DAYA TARIK PROGRAM PENGENALAN KERETA API OLEH HUMAS PT. KERETA API (PERSERO) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DIKALANGAN PESERTA KEGIATAN

Oleh :
Rahmat Gojali
NIM 41806078

Skripsi ini dibawah bimbingan:
Desayu Eka Surya, S.Sos., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Daya Tarik Program Pengenalan Kereta Api Oleh Humas Pt. Kereta Api (Persero) Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan. Sehingga untuk menjawab penelitian diatas maka peneliti mengangkat indikator Daya Tarik Rasional, Daya Tarik Emosional, dan Daya Tarik Moral untuk mengukur variabel Daya Tarik dan Kognisi, Persepsi, Motivasi Dan Sikap untuk mengukur variabel Citra.

Pendekatan penelitian adalah kuantitatif, sedangkan metode penelitian adalah survei dengan teknik analisis korerasional. Sebagian besar data dikumpulkan melalui angket dan wawancara serta didukung oleh studi pustaka dan internet searching. Populasi (N) dalam Penelitian ini adalah Peserta kegiatan program pengenalan kereta api, dengan jumlah 914 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Stratified Random Sampling*. Sehingga sampel (n) penelitian berjumlah 90 orang. Teknik analisa data yang digunakan adalah penyeleksian data, uji validitas dan reriabilitas data, klasifikasi data, dan *coding sheet*, mentabulasikan data, analisa data dengan skala likert dan mengolah data menggunakan program SPSS 13.0

Hasil penelitian tentang hubungan antara Daya Tarik Rasional dengan Citra adalah sebesar 0.599 yang artinya korelasi antara daya tarik rasional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Hubungan antara Daya Tarik Emosional dengan Citra adalah sebesar 0.436 yang artinya korelasi antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Daya Tarik Moral dengan Citra adalah sebesar 0.416 yang artinya korelasi antara daya tarik moral dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Daya Tarik dengan kognisi adalah sebesar 0.588 yang artinya korelasi antara daya tarik dengan kognisi memiliki hubungan yang cukup berarti. Daya Tarik dengan Persepsi adalah sebesar 0.582 yang artinya korelasi antara daya tarik dengan Persepsi memiliki hubungan yang cukup berarti. Daya Tarik dengan Motivasi adalah sebesar 0.626 yang artinya korelasi antara daya tarik dengan Motivasi memiliki hubungan yang cukup berarti. Daya Tarik dengan Sikap adalah sebesar 0.626 yang artinya korelasi antara daya tarik dengan Sikap memiliki hubungan yang cukup berarti.

Kesimpulan penelitian adalah adanya hubungan antara daya tarik program pengenalan kereta api terhadap citra perusahaan dikalangan peserta kegiatan sebesar 0.672 yang artinya memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Saran penelitian adalah sebaiknya Humas PT. Kereta Api (Persero) Daop 2 Bandung memperlihatkan dokumentasi tentang perkeretaapian kepada peserta kegiatan berupa film berdurasi pendek untuk lebih meningkatkan pengetahuan peserta kegiatan.