BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil wawancara, Studi Pustaka, dan internet searching. Sedangkan data sekunder adalah angket yang disebarkan langsung kepada 90 orang responden dari 10 Taman Kanak Kanak terpilih yang sudah dibahas pada Bab sebelumnya. Berikut waktu pelaksanaan penyebaran angket pada bulan Juni 2010 :

Tabel 4.1
Waktu Pelaksanaan Penelitian Lapangan
(Penyebaran angket)

No	Hari/tanggal	Nama Sekolah	Jumlah Responden
1	Selasa/8 Juni 2010	Yayasan Logos L.C.C	21 Peserta
2	Selasa/8 Juni 2010	TK. CBE Hosana	5 Peserta
3	Rabu/9 Juni 2010	TK. Happy Holy Kids	7 Peserta
4	Rabu/9 Juni 2010	TK AL-ISTIQOMAH	12 Peserta
5	Kamis/10 Juni 2010	PAUD Al Masudiyah	6 Peserta
6	Kamis/10 Juni 2010	RA An-Nisa	21 Peserta
7	Kamis/10 Juni 2010	RA Pusdai	6 Peserta
8	Jumat/11 Juni 2010	TK Plus Bina Esa	2 Peserta
9	Rabu/16 Juni 2010	Binekas Playschool	4 Peserta
10	Rabu/16 Juni 2010	TK Shandy Putra	6 Peserta

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data Primer yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil angket terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (Daya Tarik) dan variabel Y (Citra Perusahaan). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis korelasi.

Data-data responden yang diperoleh melalui angket dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka, Internet Searching, Wawancara akan digunakan untuk melengkapi dan mendukung data sekunder.

Dalam proses penelitian lapangan, angket mulai disebarkan pada tanggal 08 Juni 2010, sebelumnya peneliti melakukan studi pendahuluan ke setiap sekolah untuk mendapatkan ijin dari kepala sekolah. Setelah mendapatkan ijin, peneliti langsung menyebarkan angket dari satu sekolah ke sekolah yang lainnya.

Angket disebar kepada peserta kegiatan untuk mengetahui hubungan daya tarik program pengenalan kereta api oleh humas PT kereta Api DAOP 2 Bandung terhadap citra perusahaan dikalangan peserta kegiatan yang mengikutinya dilihat dari dua sisi, yang pertama yaitu dari sisi anak-anak, dan yang kedua adalah guru. Karena pada waktu melakukan kegiatan pengenalan kereta api, baik anak-anak

dan guru adalah peserta kegiatan yang mengikuti kegiatan tersebut dari awal sampai akhir.

Letak sekolah yang berjauhan membuat peneliti mengalami kesulitan dalam penyebaran angket, selain itu waktu penelitian juga mendesak dikarenakan bertepatan dengan liburan kenaikan kelas. Oleh karena itu, peneliti harus cepat menyebarkan angket kepada seluruh responden sebelum waktu liburan sekolah tiba.

Angket penelitian yang disebarkan kepada anak-anak langsung didapatkan dari lapangan pada hari itu juga, angket diisi dengan cara tanya jawab. Peneliti berusaha mengubah format pertanyaan yang ada disesuaikan dengan pengetahuan anak-anak. Dalam proses ini hambatan yang ditemukan adalah ketika melakukan tanya jawab kepada anak-anak, peneliti harus mengetahui mood dari anak-anak dan peneliti juga harus bisa membuat suasana tetap menyenangkan sehingga anak-anak tersebut tidak merasa bosan.

Sedangkan angket yang diberikan kepada guru, baru bisa di ambil hasilnya satu atau dua hari setelahnya. Angket dititipkan terlebih dahulu untuk di isi, setelah itu peneliti mengambilnya kembali.

4.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Untuk menghasilkan suatu penelitian yang *valid* dan *reliabel* maka sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan pengujian-pengujian terhadap data yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden. Adapun pengujian-pengujian tersebut yakni berupa pengujian validitas dan reliabilitas data. Data dapat dikatakan valid apabila data tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Sedangkan reliabilitas digunakan untuk menunjukan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, dengan demikian reliabilitas berfokus pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Pada penelitian ini peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas data dengan menggunakan SPSS versi 13.

4.1.1 Uji Validitas

Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur, misalnya skala nominal yang bersifat non parametrik digunakan untuk mengukur variabel nominal, bukan untuk mengukur variabel interval yang bersifat parametrik (Sarwono, 2006: 218).

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban responden dari setiap item pernyataan dengan jumlah total jawaban responden atas seluruh pernyataan. Koefisien korelasi tiap item akan dibandingkan dengan 0,3 (df). Jika nilai korelasi suatu item/pernyataan lebih kecil atau sama dengan 0.3, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dikeluarkan dari pengujian yang dilakukan. Hanya item yang memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari 0.3 di ikut sertakan dalam pengujian (Sugiyono, 2003:124)

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner untuk konsep *gratification sought* dan *gratification obtained*, nilai-nilai koefisien korelasi seluruh item lebih besar dari 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan adalah valid dan dapat digunakan dalam pengujian.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada akurasi pengukuran. (Sarwono, 2006:219)

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu. Bila koefisien signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel.

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan mencari korelasi menggunakan teknik belah dua (*split-half*) dengan membagi item-item pernyataan responden menjadi belahan genap dan belahan ganjil.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam uji reliabilitas adalah :

1. Item-item yang valid dikumpulkan dan yang tidak valid dibuang.
2. Membagi item-item yang valid tersebut menjadi dua belahan berdasarkan nomor ganjil dan genap.

3. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan. Langkah ini akan menghasilkan dua skor total untuk masing-masing responden yakni skor total untuk belahan ganjil dan skor total belahan genap.
4. Mengkorelasikan skor total belahan ganjil dan belahan genap dengan menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*.
5. Selanjutnya adalah mencari angka reliabilitas untuk keseluruhan item tanpa dibelah dua. Angka korelasi yang diperoleh harus lebih rendah daripada angka korelasi yang diperoleh jika keseluruhan item tidak dibelah.

Perhitungan korelasi antara skor belahan ganjil dengan skor belahan genap diperoleh melalui perhitungan uji realibilitas dengan teknik belah dua (*Split-Half*), dengan menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i{}^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:
n = Jumlah sampel
X = Variabel independen
Y = Variabel dependen

Setelah nilai koefisien reliabilitas diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien reliabilitas paling kecil yang dianggap reliabel. Dimana disarankan bahwa koefisien reliabilitas 0,80 cukup

baik untuk tujuan penelitian dasar (Kaplan-Saccuzzo dalam Kuncoro 2001: 46)

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r_i positif, serta r ≥ 0, 80 maka variabel tersebut reliabel.
- Jika r_i negatif, serta r < 0, 80 maka variabel tersebut tidak reliabel.

Berdasarkan kriteria di atas, maka pada data terlihat r Alpha positif dan > dari 0.8 dengan demikian semua butir pertanyaan pada angket penelitian sudah realibel

Untuk melihat hasil pengujian Validitas dan realibilitas data yang telah dilakukan, peneliti memasukan hasil tersebut pada tabel 4.1 Sebagai berikut

Tabel 4.2
Hasil Validitas dan Reliabilitas Data n = 30

Variabel	Per-tanyaan	Koef validitas	Titik kritis	Kesimpulan	Koef reliabilitas	Titik kritis	Kesim-pulan
X	p1	0.561	0.3	valid	0.827	0.7	Reliabel
	p2	0.761	0.3	valid			
	p3	0.572	0.3	valid			
	p4	0.423	0.3	valid			
	p5	0.601	0.3	valid			
	p6	0.499	0.3	valid			
	p7	0.582	0.3	valid			
	p8	0.471	0.3	valid			
Y	p9	0.522	0.3	valid	0.892	0.7	Reliabel
	p10	0.752	0.3	valid			
	p11	0.396	0.3	valid			
	p12	0.427	0.3	valid			
	p13	0.656	0.3	valid			
	p14	0.645	0.3	valid			
	p15	0.421	0.3	valid			
	p16	0.781	0.3	valid			
	p17	0.709	0.3	valid			
	p18	0.708	0.3	valid			
	p19	0.672	0.3	valid			
	p20	0.486	0.3	valid			
	p21	0.475	0.3	valid			

Sumber : Data Penelitian, 2010

4.2 Deskripsi Identitas Responden

Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Untuk memudahkan penulis dalam menginterpretasikan hasil penelitian dalam tabel maka penulis mengacu penafsiran data, sebagai berikut :

0 %	: Tidak seorangpun dari responden
1 – 25 %	: Sangat sedikit dari responden
26 – 49 %	: Sebagian kecil/ hampir setengah dari responden
50 %	: Setengah dari responden
51 – 76 %	: Sebagian besar dari responden
77 – 99 %	: Hampir seluruh dari responden
100 %	: Seluruh responden (Arikunto, 1998 ; 246)

Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

Berikut ini akan digambarkan mengenai data responden yang merupakan pengunjung pengenalan kereta api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung berjumlah 90 orang. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan agama

Tabel 4.3
Jenis Kelamin
n = 90

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-laki	12	13.3
2	Perempuan	78	86.7
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (13,3%) berjenis kelamin laki-laki dan 78 orang (86,7%) berjenis kelamin perempuan.

Dalam penelitian ini kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan yang tidak hanya anak-anak tetapi termasuk juga guru. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan dari guru Taman Kanak-Kanak adalah perempuan karena seorang perempuan akan lebih mengerti mengenai jiwa anak-anak dibandingkan dengan laki-laki.

Tabel 4.4
Usia
n = 90

No	Usia	f	%
1	3-4 Tahun	0	0.0
2	4-5 Tahun	0	0.0
3	5-6 Tahun	22	24.4
4	20 - 25 Tahun	7	7.8
5	26 - 30 Tahun	27	30.0
6	31 - 35 Tahun	34	37.8
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan usia responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 22 orang (24,4%) antara 5-6 tahun, 7 orang (7,8%) berusia 20-25 tahun, 27 orang (30,0%) berusia antara 26-30 tahun dan 34 orang (37,8%) berusia antara 31-35 tahun.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa usia 31-35 tahun dimana seseorang akan dikatakan lebih dewasa sehingga seorang guru yang berada diusia tersebut dapat memahami jiwa anak-anak karena telah memiliki jiwa seorang ibu.

Tabel 4.5
Agama
n = 90

No	Agama	f	%
1	Islam	45	50.0
2	Kristen Khatolik	3	3.3
3	Kristen Protestan	42	46.7
4	Hindu	0	0.0
5	Budha	0	0.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan agama responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 45 orang (50,0%) beragama Islam, 3 orang (3,3%) beragama Kristen Khatolik dan 42 orang (46,7%) beragama Kristen Protestan.

4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

Di dalam pembahasan ini akan dijelaskan analisis deskriptif jawaban responden dari variabel X : Daya Tarik Program Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api Daop 2 Bandung. Variabel Y : Citra perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan. Hasil penelitian dalam skripsi ini akan disajikan dalam dua versi yaitu hasil tabulasi dan hasil kolerasi statistik.

4.3.1 Daya Tarik Rasional Program Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.1.1 Hasil Penelitian dalam Tabulasi (Tabel Tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.6 sampai dengan tabel 4.8

Tabel 4.6
Kepentingan Untuk Mengetahui Kereta Api Terpenuhi Pada Saat Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	26	28.9
2	Setuju	61	67.8
3	Cukup setuju	2	2.2
4	Tidak setuju	1	1.1
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Kepentingan untuk mengetahui kereta api terpenuhi pada saat mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari

tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 61 orang (67,8%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa kepentingan untuk mengetahui kereta api terpenuhi pada saat mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Dengan mengikuti kegiatan tersebut para peserta kegiatan telah memperoleh informasi yang jelas mengenai perkeretaapian dimulai dengan informasi cara kerja kereta api sampai mengikuti tour kereta api. Melalui kegiatan tersebut responden menganggap Humas PT Kereta Api DAOP 2 Bandung telah memberikan sosialisasi tentang kgeiatan pengenalan kereta api dengan baik.

Tabel 4.7
Kegiatan Pengenalan Kereta Api Bermanfaat
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	26	28.9
2	Setuju	62	68.9
3	Cukup setuju	2	2.2
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : Data Penelitian, 2010

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Kegiatan pengenalan kereta api bermanfaat”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (68,9%) menyatakan setuju dan 2 orang (2,2%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengenalan kereta api bermanfaat dan dapat diaplikasikan ketika akan menggunakan kereta api pada lain waktu. Dengan adanya kegiatan pengenalan kereta api maka responden merasa lebih mengetahui tentang perkeretaapian sehingga pada saat responden memanfaatkan jasa kereta api mereka sudah tidak asing mengenai kereta api.

Tabel 4.8
Kegiatan Pengenalan Kereta Api Berguna
n = 90

No	Pilihan Jawaban	F	%
1	Sangat setuju	24	26.7
2	Setuju	63	70.0
3	Cukup setuju	3	3.3
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Kegiatan pengenalan kereta api berguna”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 63 orang (70,0%) menyatakan setuju dan 3 orang (3,3%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengenalan kereta api memiliki nilai guna bagi responden. Dengan adanya pengenalan mengenai kereta api responden dapat lebih memahami bagaimana cara pemanfaatan jasa kereta api.

4.3.1.2 Hasil Penelitian Dalam Korelasi Statistik

Tabel 4.9
Korelasi Antara Daya tarik rasional Dengan Citra perusahaan

Correlations

			Daya tarik rasional	Citra perusahaan
Spearman's rho	Daya tarik rasional	Correlation Coefficient	1.000	.590**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Citra perusahaan	Correlation Coefficient	.590**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0)*

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,590. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.10
Tingkat hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik rasional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang

cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik rasional semakin tinggi maka citra perusahaan akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik rasional dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik rasional terhadap citra perusahaan

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik rasional terhadap citra perusahaan

- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

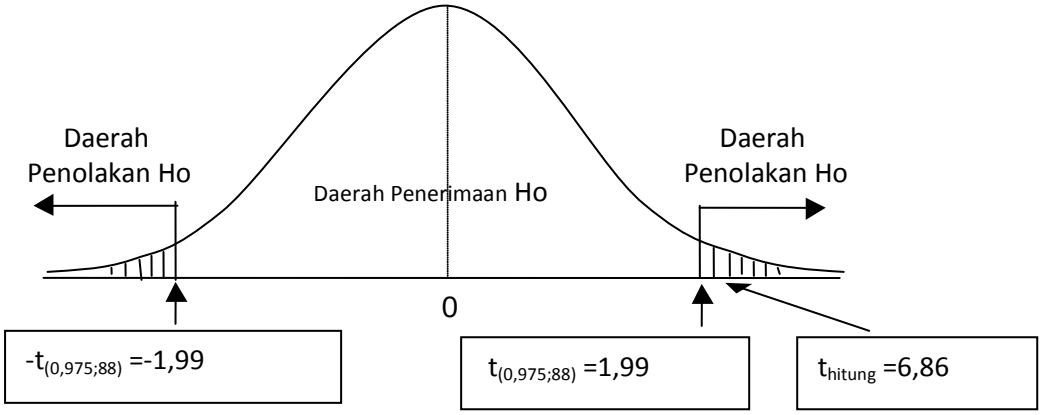
  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 6,86. Dengan menggunakan tingkat

signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.1
Kurva Uji *t* Daya Tarik Rasional terhadap Citra Perusahaan



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 6,86 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik rasional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik rasional terhadap citra perusahaan dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0{,}590^2$ x 100 %

= 34,83%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik rasional terhadap citra perusahaan adalah sebesar 34,83%, sedangkan sisanya 65,17% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.2 Daya Tarik Emosional Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.2.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.11 sampai dengan tabel 4.13

Tabel 4.11
Merasa Senang Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n=90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	42	46.7
2	Setuju	43	47.8
3	Cukup setuju	5	5.6
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Merasa senang mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa

sebanyak 43 orang (47,8%) menyatakan setuju dan 5 orang (5,%) menyatakan cukup setuju.

Peserta kegiatan merasa senang ketika mengikuti kegiatan pengenalan kereta api Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa senang mengikuti kegiatan pengenalan kereta api karena dengan adanya kegiatan tersebut responden mendapatkan pengalaman baru tentang kereta api.

Tabel 4.12
Merasa Puas Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	22	24.4
2	Setuju	46	51.1
3	Cukup setuju	21	23.3
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	1	1.1
Jumlah		90	100

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “merasa puas setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 46 orang (51,1%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa puas setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Mereka merasa puas karena dalam kegiatan ini humas PT Kereta Api DAOP 2

Bandung telah memberikan pelayanan yang baik sehingga mereka pengetahuan dan pemahaman tentang perkeretaapian.

Tabel 4.13
Menikmati Semua Yang Diberikan/Disampaikan Oleh Humas PT. Kereta Api (Fasilitas) Yang Ada Ketika Mengikuti Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	F	%
1	Sangat setuju	14	15.6
2	Setuju	50	55.6
3	Cukup setuju	26	28.9
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "menikmati semua yang diberikan/disampaikan oleh Humas PT. Kereta Api (fasilitas) yang ada ketika mengikuti pengenalan kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 50 orang (55,6%) menyatakan setuju dan 14 orang (15,6%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa responden menikmati semua yang diberikan/disampaikan oleh Humas PT. Kereta Api (fasilitas) yang ada ketika mengikuti pengenalan kereta api. Hal tersebut terlihat dengan adanya keistimewaan yang diberikan oleh Humas PT Kereta Api DAOP 2 Bandung seperti diperbolehkan untuk masuk ke ruang masinis dan diberikan penjelasan tentang bagaimana mengopreasikan kereta api.

4.3.2.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.14
Korelasi Antara Daya tarik emosional Dengan Citra perusahaan

Correlations

			Daya tarik emosional	Citra perusahaan
Spearman's rho	Daya tarik emosional	Correlation Coefficient	1.000	.436**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Citra perusahaan	Correlation Coefficient	.436**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,436. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.15
Tingkat hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka

positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik emosional semakin tinggi maka citra perusahaan akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik emosional terhadap citra perusahaan

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik emosional terhadap citra perusahaan

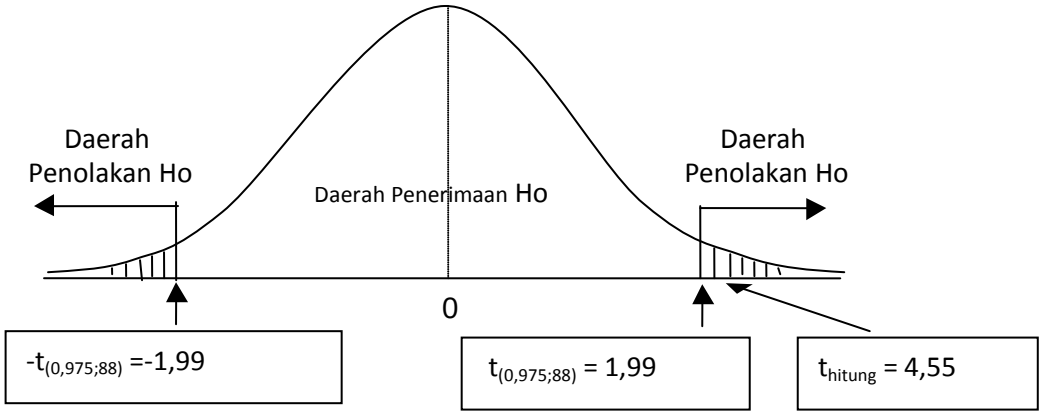
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 4,55. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.2
Kurva uji *t* Daya Tarik Emosional terhadap Citra Perusahaan



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 4,55 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik emosional terhadap citra perusahaan dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0{,}436^2$ x 100 %

= 19,05%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik emosional terhadap citra perusahaan adalah sebesar 19,05%, sedangkan sisanya 80,95% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.3 Daya Tarik Moral Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.3.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.16 sampai dengan tabel 4.17

Tabel 4.15
Pembimbing Pada Kegiatan Pengenalan Kereta Api Mendukung Responden Untuk Mengetahui Tentang Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	17	18.9
2	Setuju	61	67.8
3	Cukup setuju	12	13.3
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Pembimbing pada kegiatan pengenalan

kereta api mendukung responden untuk mengetahui tentang kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 61 orang (67,8%) menyatakan setuju dan 12 orang (13,3%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa pembimbing pada kegiatan pengenalan kereta api memberikan kebebasan kepada peserta kegiatan untuk mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan kereta api serta mendukung responden untuk mengetahui lebih dalam tentang kereta api.

Tabel 4.17
Mendapatkan Dorongan Dari Humas Untuk Mengetahui Tentang Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	16	17.8
2	Setuju	60	66.7
3	Cukup setuju	14	15.6
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "mendapatkan dorongan dari pembimbing untuk mengetahui tentang kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 60 orang (66,7%) menyatakan setuju dan 14 orang (15,6%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa humas PT Kereta Api DAOP 2 Bandung telah mampu mendorong responden untuk

berperan aktif dalam kegiatan tersebut dengan mengajukan pertanyaan bila ada hal-hal yang belum dipahami.

4.3.3.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.18

Korelasi Antara Daya tarik moral Dengan Citra perusahaan

Correlations

			Daya tarik moral	Citra perusahaan
Spearman's rho	Daya tarik moral	Correlation Coefficient	1.000	.416**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Citra perusahaan	Correlation Coefficient	.416**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,416. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29)) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.19
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik moral dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik moral semakin tinggi maka citra perusahaan akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik moral dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik moral terhadap citra perusahaan

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik moral terhadap citra perusahaan

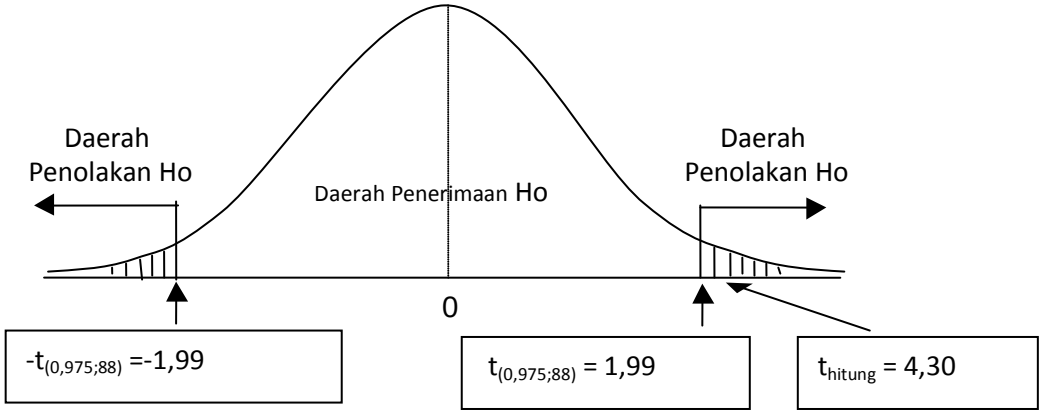
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 4,30. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.3
Kurva uji *t* Daya Tarik Moral terhadap Citra Perusahaan



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 4,30 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik moral dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik

moral terhadap citra perusahaan dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0{,}416^2$ x 100 %

= 17,34%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik moral terhadap citra perusahaan adalah sebesar 17,34%, sedangkan sisanya 82,66% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.4 Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Kognisi Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.4.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.20 sampai dengan tabel 4.22

Tabel 4.20
Mengetahui Bahwa Kereta Api Adalah Salah Satu Jenis Kendaraan Transportasi Darat
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	47	52.2
2	Setuju	41	45.6
3	Cukup setuju	2	2.2
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “mengetahui bahwa kereta api adalah salah satu jenis kendaraan transportasi darat”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 41 orang (45,6%) menyatakan setuju dan 2 orang (2,2%) menyatakan cukup setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa responden mengetahui bahwa kereta api adalah salah satu jenis kendaraan transportasi darat selain mobil. Responden mengetahui bahwa selain untuk wisata kereta api juga merupakan transportasi umum yang dapat digunakan untuk alternatif lain ketika berpergian menggunakan alat transportasi umum.

Tabel 4.21
Dengan Adanya Pengenalan Kereta Api Responden Mengerti Tentang Cara-Cara Menggunakan Kereta Api Dengan Baik Dan Benar
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	23	25.6
2	Setuju	53	58.9
3	Cukup setuju	13	14.4
4	Tidak setuju	1	1.1
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Dengan adanya pengenalan kereta api responden mengerti tentang cara-cara menggunakan kereta api dengan baik dan benar”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa

sebanyak 53 orang (58,9%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan tidak setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya pengenalan kereta api responden mengerti tentang cara-cara menggunakan kereta api dengan baik dan benar. Karena sebagian masyarakat belum mengetahui tentang cara-cara menggunakan kereta api. Misalnya ketika menggunakan jasa angkutan kereta api untuk kelas ekonomi dan bisnis lokal masih ada masyarakat yang tidak membeli karcis dan membayar diatas kereta hal tersebut adalah salah satu faktor yang dapat merugikan perusahaan. Selain itu ada juga yang masih duduk di atap kereta api padahal hal tersebut sangat berbahaya dan ketika kecelakaan terjadi PT Kereta Api yang disalahkan. Oleh karena itu dengan adanya kegiatan pengenalan kereta api responden dapat mengerti cara menggunakan kereta api yang baik dan benar.

Tabel 4.22
Dalam Kegiatan Pengenalan Kereta Api Responden Diajak Untuk Menganalisa Cara Kerja Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	11	12.2
2	Setuju	53	58.9
3	Cukup setuju	22	24.4
4	Tidak setuju	4	4.4
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Dalam kegiatan pengenalan kereta api responden diajak untuk menganalisa cara kerja kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 53 orang (58,9%) menyatakan setuju dan 4 orang (4,4%) menyatakan tidak setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa dalam kegiatan pengenalan kereta api responden diajak untuk menganalisa cara kerja kereta api. Sehingga responden dapat berperan dengan aktif dalam kegiatan tersebut.

4.3.4.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.23
Korelasi Antara Daya tarik Dengan Kognisi

Correlations

			Daya tarik	Kognisi
Spearman's rho	Daya tarik	Correlation Coefficient	1.000	.588**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Kognisi	Correlation Coefficient	.588**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,588. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29)) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.24
Tingkat hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik dengan kognisi memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik semakin tinggi maka kognisi akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik dengan kognisi bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik terhadap kognisi

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik terhadap kognisi

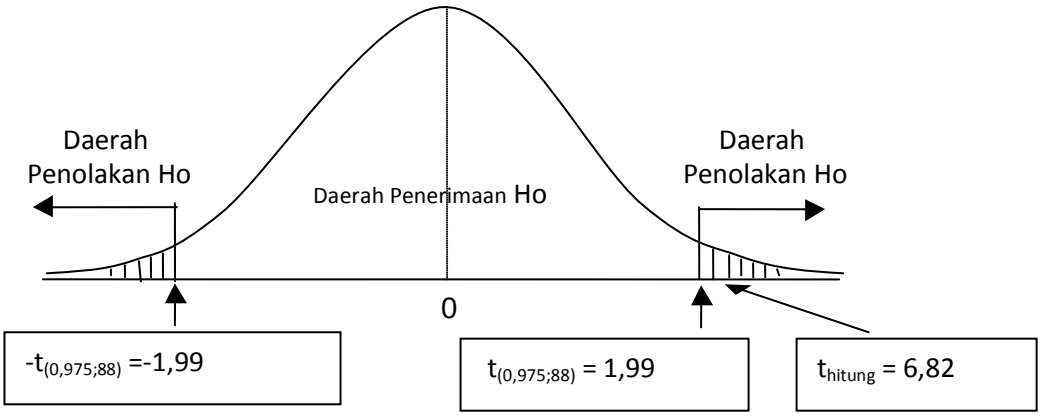
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

- Jika $\left|t_{hitung}\right| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 6,82. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.4
Kurva uji *t* Daya Tarik terhadap Kognisi



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 6,82 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik dengan kognisi memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah.

Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik terhadap kognisi dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut

$KD = r^2 \times 100\%$

$= 0{,}588^2 \times 100\ \%$

$= 34{,}59\%$

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap kognisi adalah sebesar 34,59%, sedangkan sisanya 65,41% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.5 Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Persepsi Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.5.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.25 sampai dengan tabel 4.27

Tabel 4.25
Melihat Cara Kerja Kereta Api Ketika Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	16	17.8
2	Setuju	52	57.8
3	Cukup setuju	15	16.7
4	Tidak setuju	7	7.8
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “melihat cara kerja kereta api ketika mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 52 orang (57,8%) menyatakan setuju dan 7 orang (7,8%) menyatakan tidak setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa responden melihat cara kerja kereta api ketika mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Dalam kegiatan pengenalan kereta api humas mengajak peserta kegiatan untuk melihat bagaimana kereta api itu beroperasi.

Tabel 4.26
Mendengarkan Penjelasan Dari Pembimbing Ketika Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
N = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	29	32.2
2	Setuju	52	57.8
3	Cukup setuju	9	10.0
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “mendengarkan penjelasan dari pembimbing ketika mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 52 orang (57,8%) menyatakan setuju dan 9 orang (10,0%) menyatakan cukup setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa responden mendengarkan penjelasan dari pembimbing ketika mengikuti kegiatan pengealan kereta api. Hal ini menunjukkan bahwa humas sebagai seorang komunikator dapat menguasi peserta kegiatan sebagai audiensnya untuk menyimak apa yang disampaikan.

Tabel 4.27
Menjadikan Kegiatan Pengenalan Kereta Api Sebagai Pengalaman Yang Menarik Untuk Diceritakan
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	29	32.2
2	Setuju	52	57.8
3	Cukup setuju	9	10.0
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “menjadikan kegiatan pengenalan kereta api sebagai pengalaman yang menarik untuk diceritakan”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 52 orang (57,8%) menyatakan setuju dan 9 orang (10,0%) menyatakan cukup setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa responden menjadikan kegiatan pengenalan kereta api sebagai pengalaman yang menarik untuk diceritakan kembali kepada orang lain. Pesan yang mereka dapat dalam kegiatan tersebut disampaikan kembali kepada oranglain sehingga bukan hanya peserta kegiatan saja yang mengetahui informasi tentang kereta api.

4.3.5.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.28
Korelasi Antara Daya tarik Dengan Persepsi

Correlations

			Daya tarik	Persepsi
Spearman's rho	Daya tarik	Correlation Coefficient	1.000	.582**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Persepsi	Correlation Coefficient	.582**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,582. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29)) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.29
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik dengan persepsi memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik semakin tinggi maka persepsi akan tinggi pula.

Hubungan antara daya tarik dengan persepsi bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik terhadap persepsi

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik terhadap persepsi

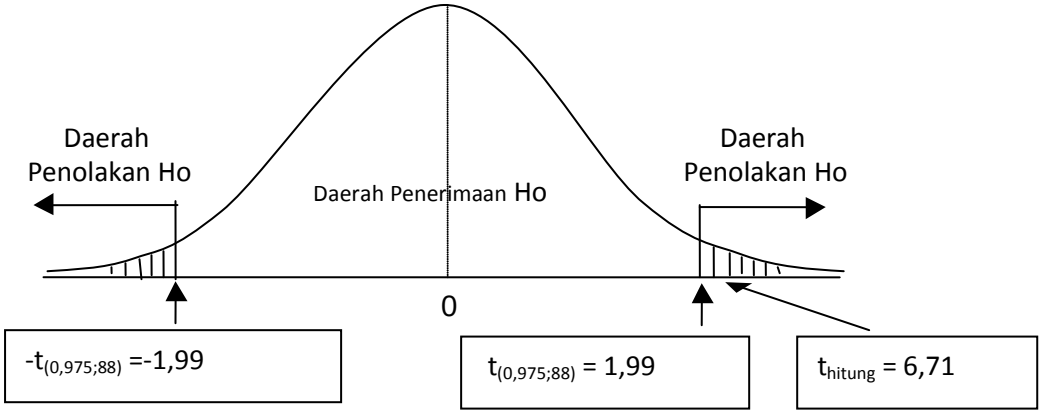
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 6,71. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.5
Kurva uji *t* Daya Tarik terhadap Persepsi



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 6**,**71 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik dengan persepsi memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik terhadap persepsi dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0{,}582^2$ x 100 %

= 33,82%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap persepsi adalah sebesar 33,82%, sedangkan sisanya 66,18% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.6 Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Motivasi Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.6.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.30 sampai dengan tabel 4.33

Tabel 4.30
Mempunyai Keinginan Untuk Kembali Naik Kereta Api, Pada Lain Waktu (Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api)
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	31	34.4
2	Setuju	49	54.4
3	Cukup setuju	9	10.0
4	Tidak setuju	1	1.1
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “mempunyai keinginan untuk kembali naik

kereta api, pada lain waktu (setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api)". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 49 orang (54,4%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa responden mempunyai keinginan untuk kembali naik kereta api, pada lain waktu (setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api) karena apa yang disampaikan oleh humas tentang kereta api telah menarik perhatian peserta kegiatan. Sehingga peserta kegiatan yang sudah pernah menggunakan jasa kereta api akan tertarik untuk menggunakan kembali jasa kereta api.

Tabel 4.31
Kebutuhan Responden Untuk Mengenal Kereta Api Terpenuhi Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	12	13.3
2	Setuju	56	62.2
3	Cukup setuju	18	20.0
4	Tidak setuju	4	4.4
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kebutuhan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 56 orang (62,2%) menyatakan setuju dan 4 orang (4,4%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Karena dalam kegiatan tersebut peserta kegiatan dapat berperan aktif misalnya bertanya apa saja yang belum mereka ketahui tentang kereta api sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

Tabel 4.32
Harapan Responden Untuk Mengenal Kereta Api Terpenuhi Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	10	11.1
2	Setuju	55	61.1
3	Cukup setuju	24	26.7
4	Tidak setuju	1	1.1
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Harapan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 55 orang (61,1%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa harapan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Karena kredibilitas komunikator yang baik dalam penyampaian pesan mengenai kereta api kepada peserta

kegiatan membuat harapan peserta kegiatan yang mengikuti program pengenalan kereta api terpenuhi.

Tabel 4.33
Tujuan Responden Untuk Mengenal Kereta Api Terpenuhi Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	7	7.8
2	Setuju	65	72.2
3	Cukup setuju	17	18.9
4	Tidak setuju	1	1.1
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Tujuan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 65 orang (72,2%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,1%) menyatakan tidak setuju.

Dengan mengikuti kegiatan tersebut tujuan dari peserta untuk mengetahui tentang perkeretaapian dapt terpenuhi dimana dlam kegiatan tersebut mereka tidak hanya mendengarkan penjelasan dari humas tetapi mereka juga mengikuti simulasi bagaimana mengoperasikan kereta api.

4.3.6.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.34

Korelasi Antara Daya tarik Dengan Motivasi

Correlations

			Daya tarik	Motivasi
Spearman's rho	Daya tarik	Correlation Coefficient	1.000	.626**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Motivasi	Correlation Coefficient	.626**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,626. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29)) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.35
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik dengan motivasi memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut mengmotivasikan angka positif (+)

yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik semakin tinggi maka motivasi akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik dengan motivasi bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik terhadap motivasi

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik terhadap motivasi

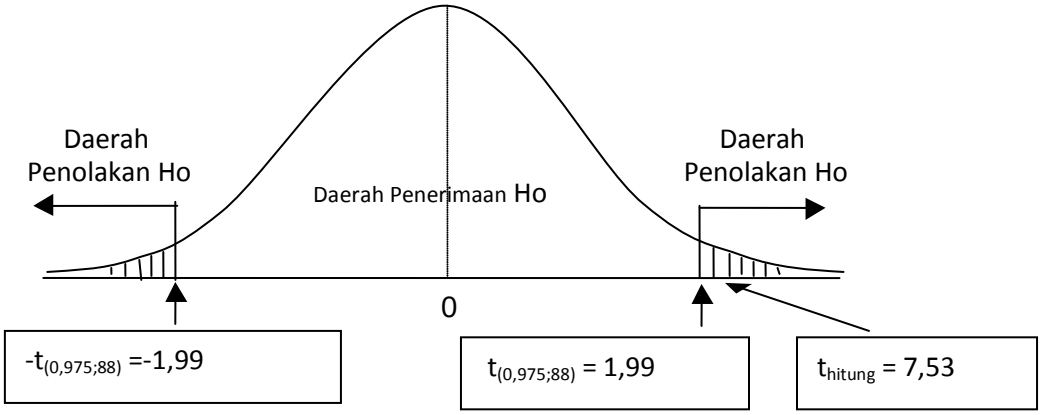
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 7,53. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 7,53.

Gambar 4.6
Kurva uji *t* daya tarik terhadap motivasi



Berdasarkan motivasi perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 7,53 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik dengan motivasi memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik terhadap motivasi dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0{,}626^2$ x 100 %

= 39,21%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap motivasi adalah sebesar 39,21%, sedangkan sisanya 60,79% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.7 Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Sikap Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.7.1 Hasil penelitian dalam tabulasi (Tabel tunggal)

Hasil penelitian bentuk tabulasi dapat dilihat pada tabel 4.36 sampai dengan tabel 4.38

Tabel 4.36
Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api Responden Bisa Mengambil Tindakan Yang Baik Ketika Menggunakan Kereta Api
n = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	12	13.3
2	Setuju	65	72.2
3	Cukup setuju	13	14.4
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : Data Penelitian, 2010

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Setelah mengikuti kegiatan pengenalan

kereta api responden bisa mengambil tindakan yang baik ketika menggunakan kereta api". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 65 orang (72,2%) menyatakan setuju dan 12 orang (13,3%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api responden terdorong untuk melaksanakan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh humas sebagai komunikator. Sehingga dapat disimpulkan pesan yang disampaikan oleh humas dapat dikategorikan sebagai pesan yang bersifat persuasif.

Tabel 4.37
Responden Merasa Bahwa Kereta Api Adalah Kendaraan Yang Menyenangkan Untuk Digunakan
N = 90

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	21	23.3
2	Setuju	51	56.7
3	Cukup setuju	18	20.0
4	Tidak setuju	0	0.0
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : Data Penelitian, 2010

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Responden merasa bahwa kereta api adalah kendaraan yang menyenangkan untuk digunakan". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 51 orang (56,7%) menyatakan setuju dan 18 orang (20,0%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa bahwa kereta api adalah kendaraan yang menyenangkan untuk digunakan. Karena berbeda dengan kendaraan lain, dengan menggunakan kereta api masyarakat dapat menikamti perjalanan dengan pemandangan yang menarik.

Tabel 4.38
Setelah Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kereta Api Responden Berpikir Untuk Menggunakan Kereta Api Sebagai Kendaraan Favorit

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Sangat setuju	10	11.1
2	Setuju	37	41.1
3	Cukup setuju	40	44.4
4	Tidak setuju	3	3.3
5	Sangat tidak setuju	0	0.0
Jumlah		90	100.0

Sumber : *Data Penelitian, 2010*

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api responden berpikir untuk menggunakan kereta api sebagai kendaraan favorit". Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 40 orang (44,4%) menyatakan cukup setuju dan 3 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju .

Hal ini mengindikasikan bahwa setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api responden berpikir untuk menggunakan kereta api sebagai kendaraan favorit.

4.3.7.2 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.39
Korelasi Antara Daya tarik Dengan Sikap

Correlations

			Daya tarik	Motivasi
Spearman's rho	Daya tarik	Correlation Coefficient	1.000	.626**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Motivasi	Correlation Coefficient	.626**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : *Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0*)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,491. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29)) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.40
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik dengan sikap memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik semakin tinggi maka sikap akan tinggi pula. Hubungan

antara daya tarik dengan sikap bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik terhadap sikap

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik terhadap sikap

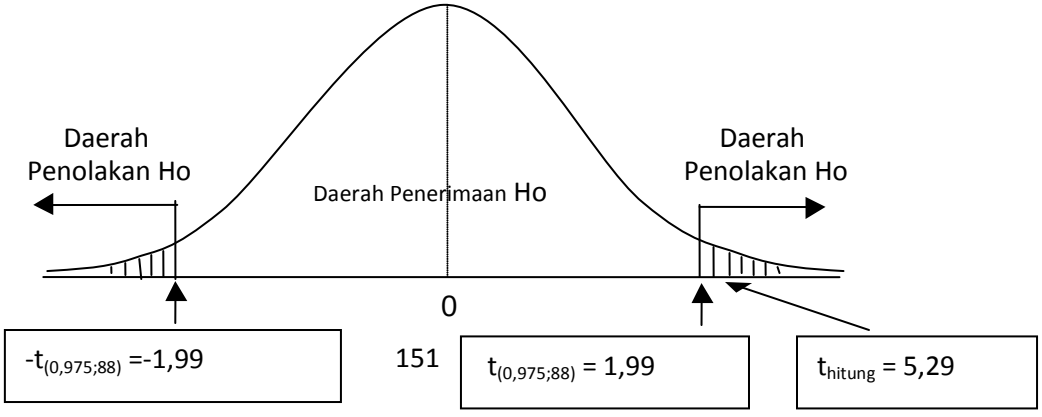
- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = r\left[\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 5,29. Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.7
Kurva uji t Daya Tarik terhadap Sikap



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 5,29 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik dengan sikap memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik terhadap sikap dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $0,491^2$ x 100 %

= 24,15%

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap sikap adalah sebesar 24,15%, sedangkan sisanya 75,85% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.3.8 Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

4.3.8.1 Hasil penelitian dalam korelasi statistik

Tabel 4.41
Korelasi Antara Daya tarik Dengan Citra perusahaan

Correlations

			Daya tarik	Citra perusahaan
Spearman's rho	Daya tarik	Correlation Coefficient	1.000	.672**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Citra perusahaan	Correlation Coefficient	.672**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output Sofware Statistical Program For Social Science (SPSSVersion13.0)

Jika dianalisis dari tabel diatas, angka korelasi tersebut sebesar 0,672. untuk menginterpretasikan angka korelasi tersebut Peneliti menggunakan Kriteria Guilford (metode penelitian komunikasi (2002;29) dengan angka-angka dibawah ini :

Tabel 4.42
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 - 0.199	Rendah sekali
0.200 - 0.399	Rendah tapi pasti
0.400 - 0.699	Cukup berarti
0.700 - 0.899	Kuat
0.900 - 1.00	Sangat tinggi, Kuat sekali

Sumber : *rakhmat (2002:29)*

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka korelasi antara daya tarik dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hal ini maksudnya jika daya tarik semakin tinggi maka citra perusahaan akan tinggi pula. Hubungan antara daya tarik dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah α = 0,05

Menentukan Uji hipotesis, dengan langkah-langkah :

- **Tentukan hipotesis**

  $H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan daya tarik terhadap citra perusahaan

  $H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan daya tarik terhadap citra perusahaan

- **Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut**

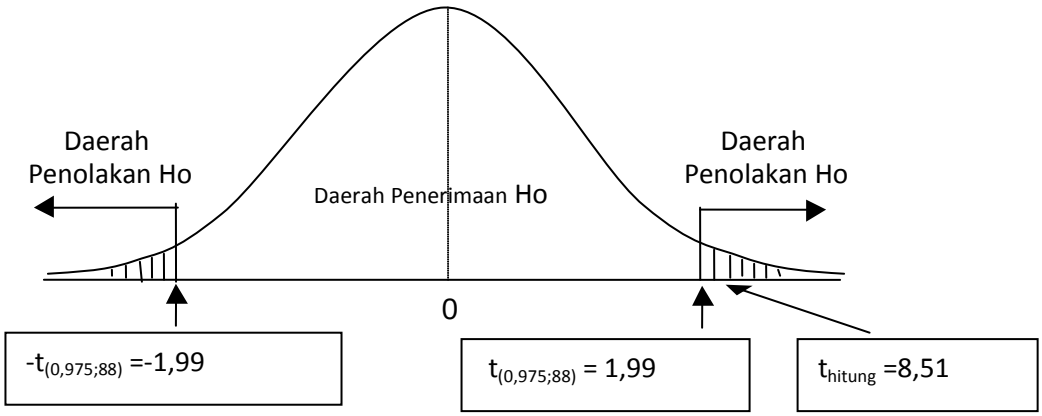
  - Jika $|t_{hitung}| > t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima

  - Jika $|t_{hitung}| < t_{(\alpha/2;n-2)}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan menggunakan statistik uji $t = \left[\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}\right]$ maka didapat harga t hitung = 8,51. Dengan menggunakan tingkat

signifikansi $\alpha = 0,05$; n = 2 ; df = 88, maka dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{(0,975;88)}$ = 1,99.

Gambar 4.8
Kurva uji *t* Daya tarik terhadap citra perusahaan



Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat t_{hitung} = 8,51 > $t_{(0,975;88)}$ = 1,99 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kriteria pengujian juga dapat menggunakan nilai Sig. pada output SPSS, dimana kriteria pengujiannya adalah Tolak H_0 bila nilai Sig. < 0,05. Dari output SPSS terlihat bahwa Sig. = 0,000 jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah hubungan antara daya tarik dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup beraerti, signifikan, dan searah. Sedangkan untuk melihat seberapa besar peranan daya tarik terhadap citra perusahaan dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut :

$KD = r^2 \times 100\%$

$= 0{,}672^2 \times 100\ \%$

$= 45{,}13\%$

Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap citra perusahaan adalah sebesar 45,13%, sedangkan sisanya 54,87% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4.4 Pembahasan

Program pengenalan kereta api adalah salah satu program yang dirintis sejak tahun 2000 oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) Daop 2 Bandung, Dalam Program ini Humas mensosialisakian dan memberikan penjelasan serta pengarahan kepada peserta kegiatan yaitu anak-anak dari sekolah dasar dan taman kanak-kanak yang mengikutinya. Mereka diberikan penjelasan mengenai dunia perkeretaapian, mereka juga mendapatkan pemahaman cara kerja kereta api serta mengikuti tour kereta api.

Pada mulanya program ini masih sepi peminatnya, akan tetapi sejak tahun 2006 Program pengenalan kereta api sebagai sosialisasi dan edukasi tentang dunia perkeretaapian menjadi daya tarik tersendiri bagi peserta yang mengikutinya. Dan sampai sekarang program tersebut menjadi sangat diminati.

Dengan adanya program pengenalan kereta api, masyarakat mendapatkan sosialisasi dan edukasi tentang perkeretaapian yang pada akhirnya bisa membentuk citra perusahaan. Peran Humas sebagai komunikator sangat penting dalam kegiatan pengenalan kereta api. Karena humas yang memberikan stimulus kepada peserta kegiatan yang bisa menambah informasi peserta kegiatan.

Ketika Humas memberikan penjelasan tentang cara kerja kereta api, yang secara tidak langsung bisa memberikan pengetahuan baru kepada konsumen seperti kereta api itu adalah kendaraan yang tidak bisa berhenti kapan dan dimana saja, kereta api memiliki jalannya sendiri, dan kendaraan lain wajib mendahulukan kereta api, oleh karena itu kecelakaan yang terjadi bukan karena kesalahan kereta api. Tetapi menjadi perhatian untuk semua pihak agar lebih berhati-hati. Seperti ketika pintu penghalang diturunkan, kendaraan tidak boleh menerobos. Ataupun ketika memasuki jalan kereta api lebih baik melihat ke kanan dan kiri terlebih dahulu. Informasi tersebut di olah oleh peserta kegiatan dimana persepsi, kognisi dan motivasi dari peserta kegiatan pada akhirnya di bentuk.

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Jadi Citra PT. Kereta Api dapat dilihat dari sikap peserta kegiatan setelah mengikuti program pengenalan kereta api. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan

informasi-informasi yang diterima oleh peserta kegiatan dari komunikator yaitu humas PT Kereta Api.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat hubungan antara daya tarik program pengenalan kereta api terhadap citra perusahaan dikalangan peserta kegiatan yang mengikutinya. Dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. **Daya Tarik Rasional Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.**

   Daya tarik ini berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri dari peserta kegiatan. Humas harus bisa memenuhi kepentingan dari peserta kegiatan ketika melakukan kegiatan pengenalan kereta api dengan menunjukan manfaat atau kegunaan dari program pengenalan kereta api kepada peserta kegiatan.

   Dengan mengikuti kegiatan tersebut para peserta kegiatan telah memperoleh informasi yang jelas mengenai perkeretaapian dimulai dengan informasi cara kerja kereta api sampai mengikuti tour kereta api. Melalui kegiatan tersebut responden menganggap Humas PT Kereta Api DAOP 2 Bandung telah memberikan sosialisasi tentang kegiatan pengenalan kereta api dengan baik.

   korelasi antara daya tarik rasional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.599 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hubungan antara daya

tarik rasional dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik rasional terhadap citra perusahaan adalah sebesar 34,83%, sedangkan sisanya 65,17% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

2. Daya Tarik Emosional Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

Daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan perasaam dari peserta kegiatan yang dapat memotivasi peserta kegiatan yang tergerak untuk mendapatkan fasilitas yang disediakan oleh humas PT. Kereta Api.

Responden merasa senang dan puas mengikuti kegiatan pengenalan kereta api karena dengan adanya kegiatan tersebut responden mendapatkan pengalaman baru tentang kereta api. Humas PT Kereta Api telah memberikan pelayanan yang baik sehingga mereka mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang perkeretaapian. Selain itu adanya keistimewaan yang diberikan oleh Humas PT Kereta Api kepada peserta kegiatan yaitu diperbolehkan untuk masuk ke ruang masinis dan diberikan penjelasan tentang bagaimana mengopreasikan kereta api hal yang tidak bisa didapatkan oleh penumpang lain karena berada didalam ruang masinis akan mendapatkan sanksi.

Korelasi antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.436 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hubungan antara daya tarik emosional dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik emosional terhadap citra perusahaan adalah sebesar 19,05%, sedangkan sisanya 80,95% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

3. Daya Tarik Moral Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Kegiatan.

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan peserta kegiatan tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial.

Humas PT Kereta Api sebagai komunikator dalam kegiatan pengenalan kereta api harus melihat *feedback* dengan memberikan kebebasan serta mendorong peserta kegiatan untuk berperan aktif dan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan kereta api serta mendukung responden untuk mengetahui lebih dalam tentang kereta api. Sehingga peserta kegiatan bisa mengetahui apa yang benar dan apa yang salah ketika mereka akan menggunakan jasa angkutan kereta api dilain waktu.

Korelasi antara daya tarik Moral dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.416 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hubungan antara daya tarik moral dengan citra perusahaan bersifat signifikan. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik moral terhadap citra perusahaan adalah sebesar 17,34%, sedangkan sisanya 82,66% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

4. Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Kognisi Dikalangan Peserta Kegiatan.

Keyakinan akan timbul apabila peserta kegiatan telah mengerti stimulus yang diberikan oleh Humas, informasi yang diberikan oleh humas harus bisa memenuhi keyakinan peserta kegiatan sehingga peserta kegiatan dapat memberikan informasi-informasi yang cukup dan dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Kereta api adalah salah satu jenis kendaraan transportasi darat selain mobil dan motor. Peserta kegiatan mengetahui bahwa selain untuk wisata kereta api juga merupakan transportasi umum yang dapat digunakan untuk alternatif lain ketika berpergian menggunakan alat transportasi umum. dengan adanya pengenalan kereta api responden mengerti tentang cara-cara menggunakan kereta api dengan baik dan benar.

Korelasi antara daya tarik dengan kognisi memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.588 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Hubungan antara daya tarik dengan kognisi bersifat signifikan. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap kognisi adalah sebesar 34,59%, sedangkan sisanya 65,41% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

5. Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Persepsi Dikalangan Peserta Kegiatan.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain peserta kegiatan akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai kegiatan pengenalan kereta api. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukkan citra. Ketika Humas PT. Kereta Api memberikan Stimulus kepada Peserta Kegiatan, dan Stimulus tersebut mendapatkan persepsi yang baik dari peserta kegiatan maka hal tersebut akan membentuk citra positif kepada PT.Kereta Api. Dengan kata lain peserta kegiatan akan memberikan makna terhadap informasi yang ia dapatkan berdasarkan pengalamannya mengenai informasi mengenai perkeretaapian.

Dalam kegiatan pengenalan kereta api humas sebagai seorang pembimbing harus dapat menguasi peserta kegiatan sebagai audiensnya untuk menyimak apa yang akan disampaikan. Sehingga tidak ada kekeliruan karena adanya *noise* yang menyebabkan pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Pesan yang mereka dapat dalam kegiatan tersebut dapat disampaikan kembali kepada oranglain sehingga bukan hanya peserta kegiatan saja yang mengetahui informasi tentang kereta api.

Korelasi antara daya tarik dengan persepsi memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.582. Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap persepsi adalah sebesar 33,82%, sedangkan sisanya 66,18% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

6. Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Motivasi Dikalangan Peserta Kegiatan.

Motivasi adalah keadaan yang mendorong keinginan peserta kegiatan untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. responden mempunyai keinginan untuk kembali naik kereta api, pada lain waktu (setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api) karena apa yang disampaikan oleh humas tentang kereta api telah menarik perhatian peserta kegiatan. Sehingga peserta kegiatan

yang sudah pernah menggunakan jasa kereta api akan tertarik untuk menggunakan kembali jasa kereta api.

Karena kredibilitas komunikator yang baik dalam penyampaian pesan mengenai kereta api kepada peserta kegiatan membuat harapan dan kebutuhan responden untuk mengenal Kereta Api terpenuhi setelah mengikuti kegiatan pengenalan kereta api. Karena dalam kegiatan tersebut peserta kegiatan dapat berperan aktif misalnya bertanya apa saja yang belum mereka ketahui tentang kereta api sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

Korelasi antara daya tarik dengan motivasi memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.626 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap motivasi adalah sebesar 39,21%, sedangkan sisanya 60,79% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

7. Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Sikap Dikalangan Peserta Kegiatan.

Sikap menentukan apakah Peserta Kegiatan harus pro atau kontra terhadap Stimulus yang diberikan oleh humas PT.Kereta Api, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Dan dari perubahan Sikap inilah bisa menimbulkan hal yang menyenangkan sehingga citra perusahaan dapat dibentuk.

Kereta api adalah transfotasi yang berbeda dengan kendaraan lain, selain bisa mengangkut penumpang dengan jumlah yang banyak, dengan menggunakan kereta api masyarakat dapat menikmati perjalanan dengan pemandangan yang menarik. Diluar itu semua setelah mengikuti kegiatan penganalan kereta api, peserta kegiatan menjadi terdorong untuk melaksanakan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh humas sebagai komunikator. Sehingga dapat disimpulkan pesan yang disampaikan oleh humas dapat dikategorikan sebagai pesan yang bersifat persuasif.

Korelasi antara daya tarik dengan sikap memiliki hubungan yang cukup berarti dengan nilai korelasi sebesar 0.626 Perhitungan korelasi tersebut menghasilkan angka positif (+) yang artinya memiliki hubungan yang searah.. Artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap sikap adalah sebesar 24,15%, sedangkan sisanya 75,85% merupakan kontribusi faktor-faktor lain.

8. Daya Tarik Pengenalan Kereta Api Oleh Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP 2 Bandung Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Peserta.

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra positif harus dibentuk terus menerus, supaya pandangan konsumen menjadi lebih baik. Jika citra perusahaan baik, maka respon yang diberikan oleh konsumen juga baik, begitupun sebaliknya jika

citra perusahaan buruk dan dalam waktu dekat tidak ada perbaikan maka kepercayaan konsumen akan hilang dan secara otomatis konsumen akan mencari pelayanan lain yang bisa memenuhi kebutuhannya.

Pembentukan citra dapat terlihat dari stimulus yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan. Proses pembentukan citra tersebut diawali dengan stimulus (rangsangan) yang diberikan oleh Humas PT. Kereta Api kepada peserta kegiatan. Lalu dari stimulus tersebut terjadilah pengolahan informasi oleh peserta kegiatan, dan didalam tahap inilah terjadi proses pembentuakan citra dimana persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap dari peserta kegiatan diolah. Dan dari proses tersebut maka terbentuklah citra.

hubungan antara daya tarik dengan citra perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti, signifikan, dan searah. Dengan nilai korelasi sebesar 0.672 yang artinya hubungan atau peranan yang diberikan oleh daya tarik terhadap citra perusahaan adalah sebesar 45,13%, sedangkan sisanya 54,87% merupakan kontribusi faktor-faktor lain seperti adanya program-program baru yaitu, peluncuran KA Argo Parahyangan, KA Malabar, Pelayanan yang lebih baik atau kenyaman yang diberikan oleh PT Kereta Api kepada konsumennya yaitu *free Hotspot* di area stasiun kereta api DAOP 2 Bandung.