

**IMPLEMENTASI DIFUSI INOVASI PADA SISTEM SOSIAL TERKAIT
DENGAN PENGGUNAAN *E-TICKETING* SEBAGAI PENGGANTI PEMBAYARAN
TUNAI DAN SISTEM ANTRI**

**(Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Sebagai
Pengguna Moda Transportasi *Commuter Line*, Bekasi-Kota)**

**Lasmery Rosentauly Maissalinya Girsang, Iona Vicenovie Oisina Situmeang
lgirsang@bundamulia.ac.id**

ABSTRACT

This research is titled “Hubungan Implementasi Difusi Inovasi Pada Sistem Sosial Terkait Dengan Penggunaan E-Ticketing Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri Terhadap Perilaku Mengadopsi (Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Sebagai Pengguna Moda Transportasi Commuter Line, Bekasi-Kota)” using mix method (quantitative and qualitative).

Samples—taken from population 1045 from Communications Department’s students, University of Bunda Mulia, North Jakarta 2011-2014—are 91 persons through stratified random sampling. The hypothesis are tested whereas there are relations among all (three) variables.

Therefore, among diffusion of innovation, decision of innovation and behavior of adoption are related one another from validity ($r_{hitung} > r_{tabel}$) and reability (> 0.60). Also, strengthened by the results of in-depth interviews from ten key informants.

As conclusion and suggestion, it is advised that government can improve facility for the user of commuter line while using e-ticketing as a form of an innovation.

Keywords: Diffusion of Innovation, E-ticketing, Behavior of Innovation.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan yang sampai saat ini belum mendapatkan solusi yang paling tepat untuk DKI Jakarta ini adalah dalam menanggulangi kemacetan. Berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah namun belum memberikan dampak yang baik untuk mengatasi kemacetan. Salah satu penyebab utama kemacetan adalah tingginya angka pertumbuhan dan penggunaan kendaraan bermotor pribadi, baik motor maupun mobil, rata-rata 11% per tahun di 2011 dengan jumlah kendaraan sebanyak 8.506.782 unit. (<http://bstp.hubdat.dephub.go.id/index.php?mod=detilSorotan&idMenuKiri=345&idSorotan=54>). Selain itu, juga terdapat penyebab lainnya yakni kurang baiknya pelayanan angkutan umum dan tidak disiplinnya pengguna jalan raya di Jakarta.

Melihat penyebab di atas maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa cara atau jalan keluar yang bisa digunakan sebagai pendekatan untuk menyelesaikannya masalah kemacetan di Jakarta. Tentunya dapat dilakukan sebagai pendekatan dalam mengatasinya seperti mengurangi penggunaan kendaraan bermotor pribadi dan peningkatan etika, disiplin lalu lintas di jalan raya dan

perbaikan layanan (revitalisasi) angkutan umum itu sendiri.

Salah satu upaya yang terus dilakukan oleh pemerintah adalah mengajak masyarakat untuk tertarik menggunakan angkutan umum dan meninggalkan kendaraan pribadi. Pemerintah berusaha untuk memperbaiki secara perlahan sarana transportasi agar lebih tertata dengan baik. Saat ini, pemerintah DKI Jakarta terus melakukan perbaikan-perbaikan terhadap moda angkutan umum massal—salah satunya adalah *commuter line*. Secara rutin, moda ini dibangun dan dioperasikan guna mendorong penggunaan kendaraan bermotor pribadi beralih ke angkutan umum dan meninggalkan kendaraan pribadinya di rumah atau di pinggirkota.

Yang menjadi perhatian saat ini adalah pentingnya memperbaiki atau merevitalisasi layanan angkutan umum di Jakarta agar mampu mengurangi penggunaan kendaraan pribadi. Masalah angkutan umum dan layanannya yang harus diperbaiki segeramenjadi keinginan warga yang masih terus bergulir. Munculnya dan meningkatnya dorongan merevitalisasi layanan angkutan umum tersebut dimulai juga dengan maraknya kejadian kejahatan dan pelanggaran hukum yang dilakukan oleh awak angkutan umum itu sendiri. Misalnya saja maraknya kecelakaan lalu lintas dan

pemeriksaan penumpang angkutan umum oleh sopir angkutan umum beberapa waktu lalu. Kejadian inilah yang mempercepat terjadi keinginan warga agar pemerintah daerah Jakarta secepatnya melakukan revitalisasi angkutan umum di Jakarta.

Masalah kemacetan dan buruknya layanan angkutan umum inilah yang memicu peningkatan penggunaan kendaraan pribadi di Jakarta. Peningkatan penggunaan kendaraan pribadi ini juga dipicu oleh akibat rendahnya biaya penggunaan kendaraan pribadi khususnya sepeda motor yang berakibat pada angkutan umum yang semakin tidak diminati. Hal ini sejalan dengan adanya penurunan jumlah pengguna angkutan umum setiap tahunnya.

Melihat keadaan yang demikian, pemerintah provinsi DKI Jakarta mulai memberlakukan tiket elektronik (*smart card*) sejak 22 Januari 2013 yang lalu. Sistem ini diberlakukan untuk mengatasi antrian panjang disetiap loket pembelian tiket, memberikan kenyamanan bagi calon penumpang dan menggantikan kebiasaan pembayaran dengan uang tunai menjadi non tunai. Tujuan diberlakukan tiket elektronik ini adalah memberikan kemudahan bagi calon penumpang sehingga tertarik menggunakan transportasi umum dan meninggalkan kebiasaan menggunakan kendaraan pribadi. Sistem tiket elektronik ini merupakan salah satu

inovasi yang dilakukan pemerintah provinsi DKI Jakarta untuk masyarakat pengguna kendaraan bermotor agar memiliki ketertarikan menggunakan moda transportasi massal.

Sebagai langkah serius yang dilakukan pemerintah adalah dengan ‘menggandeng’ tiga bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk bersinergi pada Juni 2014 yang lalu. PT KAI Commuter Jabodetabek (KCJ) bekerjasama dengan BNI, Bank BRI, dan Bank Mandiri melalui peresmian penggunaan kartu prabayar tiga bank (BNI TAPCASH, BRIZZI, dan MANDIRI E-MONEY) sebagai *e-ticketing* untuk pembayaran tiket Kereta *Commuter Line* Jabodetabek. Implementasi *e-ticketing* dengan kartu prabayar tiga bank tersebut bertujuan untuk memudahkan penumpang kereta *commuter line* dalam melakukan pembayaran tiket kereta, sehingga transaksi menjadi lebih mudah, praktis dan tidak perlu repot menyediakan uang tunai. Terdapat beberapa rute kereta *commuter line* Jabodetabek yang dikelola oleh KCJ yang menghubungkan antar kota di Jabodetabek, dimana salah satunya adalah rute Bekasi- Kota.

(<http://bni.co.id/BeritaBNI/BeritaBNI/tabid/236/articleType/ArticleView/articleId/298/language/id-ID/Kini-Uang-Elektronik-BNI-Bank-BRI-dan-Bank-Mandiri-Bisa-Bayar-Kereta-Commuter-Line.aspx>).

Selain itu, PT Bank Central Asia Tbk juga bekerjasama dengan PT KAI Commuter Jabodetabek (KCJ) mengeluarkan kartu FLAZZ BCA sejak 8 Desember 2013 yang lalu.

Fenomena diatas menjadi ketertarikan penulis untuk melihat proses difusi inovasi terkait dengan penggunaan tiket elektronik sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri bagi penumpang moda transportasi di DKI Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Oleh karenanya, penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: bagaimana *“Implementasi Difusi Inovasi Pada Sistem Sosial Terkait Dengan Penggunaan E-Ticketing Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri (Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Sebagai Pengguna Moda Transportasi Commuter Line, Bekasi-Kota)*

BAB 2

STUDI PUSTAKA

2.1 Kerangka Pemikiran

2.1.1 Implementasi

Secara sederhana, implementasi bisa diartikan pelaksanaan atau penerapan. Majone dan Wildavsky (dalam Nurdin dan Usman, 2002), mengemukakan implementasi sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky (dalam Nurdin dan Usman,

2004:70) mengemukakan bahwa ”implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan”. Pengertian implementasi sebagai aktivitas yang saling menyesuaikan juga dikemukakan oleh McLaughlin (dalam Nurdin dan Usman, 2004). Adapun Schubert (dalam Nurdin dan Usman, 2002:70) mengemukakan bahwa ”implementasi adalah sistem rekayasa.”

Dalam kaitannya dengan pendekatan yang dimaksud, Nurdin dan Usman (2004) menjelaskan bahwa:

Pendekatan pertama

Menggambarkan implementasi itu dilakukan sebelum penyebaran (desiminasi) kurikulum desain. Kata proses dalam pendekatan ini adalah aktivitas yang berkaitan dengan penjelasan tujuan program, mendeskripsikan sumber-sumber baru dan mendemonstrasikan metode pengajaran yang di digunakan.

Pendekatan kedua

Menekankan pada fase penyempurnaan. Kata proses dalam pendekatan ini lebih menekankan pada interaksi antara pengembang dan guru (praktisi pendidikan). Pengembang melakukan pemeriksaan pada program baru yang direncanakan, sumber-sumber baru, dan memasukan isi/materi baru ke program yang sudah ada berdasarkan hasil uji cobadi lapangan dan pengalaman-pengalaman guru. Interaksi antara

pengembang dan guru terjadi dalam rangka penyempurnaan program, pengembang mengadakan loka-karya atau diskusi-diskusi dengan guru-guru untuk memperoleh masukan. Implementasi dianggap selesai manakala proses penyempurnaan program baru dipandang sudah lengkap.

Pendekatan ketiga

Memandang implementasi sebagai bagian dari program kurikulum. Proses implementasi dilakukan dengan mengikuti perkembangan dan megadopsi program-program yang sudah direncanakan dan sudah diorganisasikan dalam bentuk kurikulum desain (dokumentasi).

2.1.2 Difusi Inovasi

Pada awalnya, bahkan dalam beberapa perkembangan berikutnya, teori Difusi Inovasi senantiasa dikaitkan dengan proses pembangunan masyarakat. Inovasi merupakan awal untuk terjadinya perubahan sosial, dan perubahan sosial pada dasarnya merupakan inti dari pembangunan masyarakat. Rogers dan Shoemaker (1971) menjelaskan bahwa proses difusi merupakan bagian dari proses perubahan sosial. Perubahan sosial adalah proses dimana perubahan terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Perubahan sosial terjadi dalam tiga tahapan, yaitu:

1. Penemuan (*invention*)

Penemuan adalah proses dimana ide/gagasan baru diciptakan atau dikembangkan.

2. Difusi (*diffusion*)

Difusi adalah proses dimana ide/gagasan baru dikomunikasikan kepada anggota sistem sosial.

3. Konsekuensi (*consequences*)

Konsekuensi adalah suatu perubahan dalam sistem sosial sebagai hasil dari adopsi atau penolakan inovasi.

Sejak tahun 1960-an, teori difusi inovasi berkembang lebih jauh di mana fokus kajian tidak hanya dikaitkan dengan proses perubahan sosial dalam pengertian sempit. Topik studi atau penelitian difusi inovasi mulai dikaitkan dengan berbagai fenomena kontemporer yang berkembang di masyarakat. Berbagai perpektif pun menjadi dasar dalam pengkajian proses difusi inovasi, seperti perspektif ekonomi, perspektif '*market and infrastructure*' (Brown, 1981). Salah satu definisi difusi inovasi dalam taraf perkembangan ini antara lain dikemukakan Parker (1974) yang mendefinisikan difusi sebagai suatu proses yang berperan memberi nilai tambah pada fungsi produksi atau proses ekonomi. Dia juga menyebutkan bahwa difusi merupakan suatu tahapan dalam proses perubahan teknik (*technical change*). Menurutnya difusi

merupakan suatu tahapan dimana keuntungan dari suatu inovasi berlaku umum. Dari inovator, inovasi diteruskan melalui pengguna lain hingga akhirnya menjadi hal yang biasa dan diterima sebagai bagian dari kegiatan produktif.

Berkaitan dengan proses difusi inovasi tersebut, *National Center for the Dissemination of Disability Research* (NCDDR) 1996 menyebutkan ada empat dimensi pemanfaatan pengetahuan (*knowledge utilization*), yaitu:

1. Dimensi Sumber (*Source*) diseminasi, yaitu insitusi, organisasi, atau individu yang bertanggung jawab dalam menciptakan pengetahuan dan produk baru.
2. Dimensi Isi (*Content*) yang didiseminasikan, yaitu pengetahuan dan produk baru dimaksud yang juga termasuk bahan dan informasi pendukung lainnya.
3. Dimensi Media (*Medium*) Diseminasi, yaitu cara-cara bagaimana pengetahuan atau produk tersebut dikemas dan disalurkan.
4. Dimensi Pengguna (*User*), yaitu pengguna dari pengetahuan dan produk dimaksud.

Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari

sistem sosial. Hal tersebut sejalan dengan pengertian difusi dari Rogers (1961), yaitu: *“as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.”*

Lebih jauh dijelaskan bahwa difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau dalam istilah Rogers (1961) difusi menyangkut: *“which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters.”*

Sesuai dengan pemikiran Rogers, dalam proses difusi inovasi terdapat empat elemen pokok, yaitu:

1. Inovasi: gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi untuk orang itu. Konsep 'baru' dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali.
2. Saluran komunikasi; 'alat' untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidak perlu memperhatikan (a) tujuan diadakannya komunikasi dan

- (b) karakteristik penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
3. Jangka waktu; proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang: relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
 4. Sistem sosial; kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama

Rogers (1995) memiliki relevansi dan argumen yang cukup signifikan dalam proses pengambilan keputusan inovasi. Teori tersebut antara lain menggambarkan tentang variabel yang berpengaruh

terhadap tingkat adopsi suatu inovasi serta tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi. Variabel yang berpengaruh terhadap tahapan difusi inovasi tersebut mencakup:

1. Atribut inovasi (*perceived attribute of innovation*).
2. Jenis keputusan inovasi (*type of innovation decisions*).
3. Saluran komunikasi (*communication channels*).
4. Kondisi sistem sosial (*nature of social system*).
5. Peran agen perubah (*change agents*).

Sementara itu, tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi mencakup:

1. Tahap Munculnya Pengetahuan (*Knowledge*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) diarahkan untuk memahami eksistensi dan keuntungan/manfaat dan bagaimana suatu inovasi berfungsi
2. Tahap Persuasi (*Persuasion*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) membentuk sikap baik atau tidak baik.
3. Tahap Keputusan (*Decisions*) muncul ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya terlibat dalam aktivitas yang mengarah pada pemilihan adopsi atau penolakan sebuah inovasi.

4. Tahapan Implementasi (*Implementation*), ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya menetapkan penggunaan suatu inovasi.
5. Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*), ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya mencari penguatan terhadap keputusan penerimaan atau penolakan inovasi yang sudah dibuat sebelumnya.

Lebih lanjut dalam teori difusi inovasi, disebutkan adanya *adopter* (penerima inovasi). Setiap individu yang merupakan anggota sistem sosial dapat dibagi ke dalam kelompok-kelompok *adopter* sesuai dengan tingkat keinovatifannya (kecepatan dalam menerima inovasi). Salah satu pengelompokan yang bisa dijadikan rujukan adalah pengelompokan berdasarkan kurva adopsi yang telah diuji oleh Rogers (1961). Pengelompokan *adopter* dapat dilihat sebagai berikut: *Innovators*; *Early Adopters*; *Early Majority*; *Late Majority* (Pengikut Akhir); dan *Laggards* (Kelompok Kolot/Tradisional)

2.1.3 Sistem Sosial

Sistem sosial terdiri dari komponen-komponen yang satu sama lain saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan, dan setiap komponen memainkan peranan dan fungsi tertentu, sehingga menghasilkan gerakan dalam keseluruhan

sistem. Dalam proses difusi, yaitu penyebaran inovasi ke dalam suatu sistem sosial, ketiga unsur ini saling berperan dan saling berinteraksi dalam komponen-komponen sosial. Pembahasan berikut ini akan diuraikan beberapa komponen sistem sosial yang berperan dalam proses penyebaran (difusi) Inovasi yaitu diantaranya:

(<http://www.stppgowa.ac.id/informasi/artikel-ilmiah/194-komponen-sistem-sosial-dalam-proses-penyebaran-informasi>)

1. Anggota sistem sosial sebagai penerima inovasi, peranan
2. Agen pembaharu
3. Tokoh masyarakat sebagai sumber bagi penyebaran ide baru
4. Saluran komunikasi yang dipergunakan dalam proses difusi
5. Peranan struktur sosial dalam difusi inovasi, yang erat kaitannya dengan salah satu prinsip komunikasi dalam usaha penyebaran ide baru (inovasi) yaitu heterofili dan homofili.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pengembangan Instrumen

Suatu penelitian ilmiah tentu menggunakan sejumlah data. Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian,

artinya “tanpa data tidak akan ada penelitian.” Data yang dipergunakan dalam suatu penelitian merupakan data yang harus benar; kalau diperoleh dengan tidak benar, maka menghasilkan informasi yang salah. Menurut cara perolehannya data dapat dikelompokkan menjadi dua (Ruslan 2008), yaitu data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi.

Menurut Kriyantono (2007), jenis data meliputi:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan, di mana sumber data dapat melalui responden atau subyek penelitian, hasil pengisian kuesioner, wawancara maupun observasi.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.

Selanjutnya, Phipps dan Vernon (2008) mengungkapkan bahwa untuk keperluan pengumpulan data dipergunakan kuesioner dan pedoman wawancara untuk memperoleh data primer. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk: (1)

Memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, dan (2) Memperoleh informasi dengan validitas dan reliabilitas setinggi mungkin. Pertanyaan dalam kuesioner disusun dengan pertanyaan yang langsung berkaitan dengan tujuan dan hipotesis penelitian. Beberapa pertanyaan diajukan dengan metode penggalian ke belakang agar responden dapat mengingat kembali (*recall method*).

Neuman (2006) menyatakan bahwa format pernyataan dalam skala ordinal dengan kategori responden yang disusun dalam bentuk matriks dan terdiri dari empat pilihan jawaban yaitu selalu, sering, jarang, tidak pernah. Penilaian atau skor setiap jawaban responden adalah empat untuk pilihan jawaban selalu, tiga untuk pilihan jawaban sering, dua untuk pilihan jawaban jarang, satu untuk pilihan jawaban tidak pernah. Format pernyataan tersebut dituangkan dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari tiga bagian di antaranya:

Bagian pertama adalah implementasi yaitu: menggambarkan implementasi, menekankan implementasi dan memandang implementasi. Bagian kedua adalah difusi inovasi yang terdiri dari:

1. Proses difusi inovasi: Inovasi, Saluran komunikasi, Jangka waktu, Sistem sosial.

2. Proses pengambilan keputusan: proses pengambilan keputusan inovasi mencakup: Tahap Munculnya Pengetahuan (*Knowledge*), Tahap Persuasi (*Persuasion*), Tahap Keputusan (*Decisions*), Tahapan Implementasi (*Implementation*), Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*).
3. *Adaptor: Innovators, Early Adopters, Early Majority, Late Majority* (Pengikut Akhir), *Laggards* (Kelompok Kolot/Tradisional).

Yang terakhir, bagian ketiga adalah sistem sosial yaitu anggota sistem sosial sebagai penerima inovasi, peranan agen pembaharu, tokoh masyarakat, saluran komunikasi, peranan struktur sosial dalam difusi inovasi.

Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, kuesioner diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya agar dalam proses pengumpulan data dapat diperoleh data yang valid atau sah, serta memiliki konsistensi yang tinggi (*reliable*). Dengan kata lain diperoleh data yang akurat, tepat dan baik. Nasution (2003) mengatakan bahwa alat ukur atau kuesioner penelitian pada umumnya harus memenuhi dua syarat utama, yaitu alat ukur tersebut harus *valid* (sah) dan harus *reliable* (dapat dipercaya). Suatu alat pengukur dikatakan *valid* jika alat itu mengukur apa yang harus diukur oleh alat itu, sedangkan alat pengukur dikatakan

reliable jika alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten akan memberikan hasil ukuran yang sama.

Salah satu ukuran validitas untuk sebuah kuesioner adalah apa yang disebut sebagai validitas konstruk (*construct validity*). Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan *valid* jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.

Ukuran keterkaitan antar butir pertanyaan ini umumnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pertanyaan. Pertanyaan yang memiliki korelasi rendah dengan butir pertanyaan yang lain, dinyatakan sebagai pertanyaan yang tidak *valid*. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation* Pearson) antara skor setiap butir pertanyaan maupun pernyataan dengan skor total sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.

Formula yang digunakan untuk menghitung korelasi produk momen tersebut adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{\sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_i)(t_j - \bar{t})}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_i)^2 \sum_{j=1}^n (t_j - \bar{t})^2}}$$

Pada penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan uji validitas isi (butir) dengan cara menyusun indikator pengukuran operasional berdasarkan kerangka teori dari konsep yang diukur. Validitas isi dari instrumen ditentukan dengan jalan mengkorelasikan antara skor masing-masing item dengan total skor item.

Langkah-langkah cara menguji validitas menurut Ancok (1995), adalah:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment*.

Jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} pada taraf kepercayaan (signifikansi) tertentu, berarti instrumen yang dibuat memenuhi kriteria validitas atau instrumen tersebut valid. Sebaliknya, jika angka korelasi yang diperoleh r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} (berkorelasi negatif), berarti pernyataan tersebut bertentangan dengan pernyataan lainnya atau instrumen tersebut tidak valid.

Selanjutnya dikatakan bahwa reliabilitas suatu alat ukur (kuesioner)

menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurnya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurately*) dari pengukurnya. Suatu pengukur dikatakan reliabel jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten atau presisi. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Besarnya tingkat reliabilitas dalam hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur koefisien reliabilitas dari suatu alat ukur adalah melalui pendekatan koefisien konsistensi internal (*coefficient of internal consistency*) dari alat ukur. Koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan konsistensi internal item-item di alat ukur. Ukuran koefisien konsistensi internal diukur dengan menggunakan koefisien alpha Cronbach.

Formula untuk menghitung koefisien reliabilitas alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Reliabilitas instrumentasi adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut,

dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha Cronbach diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 0 sampai 1.

Apabila nilai hasil perhitungan (α) dikelompokkan kedalam lima kelas dengan skala yang sama (0 sampai 1) maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- (1) Nilai koefisien alpha berkisar 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel.
- (2) Nilai koefisien alpha berkisar 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel.
- (3) Nilai koefisien alpha berkisar 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel.
- (4) Nilai koefisien alpha berkisar 0,61 – 0,80 berarti reliabel.
- (5) Nilai koefisien alpha berkisar 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan semua hal (orang, perusahaan dan sebagainya) yang dipertimbangkan dengan baik. Karakteristik penting dari populasi adalah berisi semua elemen yang menarik perhatian. Populasi dapat dibatasi atau tidak dalam hal ukuran (Ashenfelter *et al.*, 2003).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Universitas Bunda Mulia, Jakarta Ilmu Komunikasi, Tahun Ajaran 2011-2014. Pemilihan tahun

ajaran ini karena pertimbangan bahwa untuk tahun ajaran ini mahasiswa masih mengikuti perkuliahan.

Tabel 3.1: Jumlah Mahasiswa Ilmu komunikasi Per-TA

Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa
2011	216
2012	229
2013	291
2014	309
Total	1045

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis. Pemilihan sampel ini merupakan hal yang sangat penting. Berbagai metode pengambilan sampel tersedia namun hal kunci yang harus diingat bahwa sampel sebuah populasi dapat menggambarkan populasi (Ashenfelter *et al.*, 2003).

Besarnya jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Sevilla *et al.*, 1993), diperoleh sebagai 91 orang. Dengan rumus:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Berdasarkan populasi sebanyak 1045 mahasiswa yang diperoleh dari TA 2011-2014, didapatkan sampel penelitian

sebanyak 91 yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara probabilitas, dengan teknik penarikan sampel acak stratifikasi (*stratified random sampling*). Besarnya sampel yang diambil pada tiap strata dilakukan dengan metode berimbang acak (*proportionate stratified random sampling*).

Tabel 3.2: Sampel Penelitian

Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa	Sampel
2011	216	19
2012	229	20
2013	291	25
2014	309	27
Total	1045	91

Kategori Adopter

Anggota sistem sosial dapat dibagi ke dalam kelompok-kelompok *adopter* (penerima inovasi) sesuai dengan tingkat keinovatifannya (kecepatan dalam menerima inovasi). Salah satu pengelompokan yang bisa dijadikan rujukan adalah pengelompokan berdasarkan kurva adopsi, yang telah diuji oleh Rogers (1961). Gambaran tentang pengelompokan *adopter* dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Innovators*: Sekitar 2,5% individu yang pertama kali mengadopsi inovasi. Cirinya: petualang, berani mengambil

resiko, *mobile*, cerdas, kemampuan ekonomi tinggi

2. *Early Adopters* (Perintis/Pelopor): 13,5% yang menjadi para perintis dalam penerimaan inovasi. Cirinya: para teladan (pemuka pendapat), orang yang dihormati, akses di dalam tinggi
3. *Early Majority* (Pengikut Dini): 34% yang menjadi para pengikut awal. Cirinya: penuh pertimbangan, interaksi internal tinggi.
4. *Late Majority* (Pengikut Akhir): 34% yang menjadi pengikut akhir dalam penerimaan inovasi. Cirinya: skeptis, menerima karena pertimbangan ekonomi atau tekanan social, terlalu hati-hati.
5. *Laggards* (Kelompok Kolot/Tradisional): 16% terakhir adalah kaum kolot/tradisional. Cirinya: tradisional, terisolasi, wawasan terbatas, bukan opinion leaders, sumberdaya terbatas.

Berdasarkan pengalaman dan penelitian terbukti bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Penelitian Rogers (1974) dan Syarifudin (2009) mengungkapkan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), di dalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan, yakni:

1. *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui

- stimulus (obyek) terlebih dahulu.
2. *Interest*, yakni orang mulai tertarik pada stimulus
3. *Evaluation* (menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya). Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi.
4. *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
5. *Adaption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap stimulus.
(<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/34055/3/Chapter%20II.pdf>)

3.3 Teknik Analisis Data

3.3.1 Statistik

Pengolaan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif digunakan dalam rangka memberikan gambaran mengenai sebaran responden pada setiap peubah, dengan memakai tabel (*cross-table*), frekuensi, presentasi, median dan sebaran skor. Untuk mengetahui hubungan peubah independen dengan peubah dependen sehingga dapat digunakan untuk menguji hubungan antar peubah dengan menggunakan uji korelasi *rank* Spearman. Korelasi *rank* Spearman digunakan untuk menguji hipotesis yang melihat hubungan antar peubah dengan skala pengukuran ordinal. Rumus ko-

efisien korelasi *rank* Spearman sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Untuk melakukan pengolahan dan penganalisaan data kuantitatif akan menggunakan bantuan program SPSS versi 18.00. sedangkan analisis data kualitatif dilakukan secara deskriptif, di mana semua data yang ada dari informan ditelaah dan diinterpretasikan kemudian dilakukan reduksi data sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB 4

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian akan disampaikan secara kuantitatif terlebih dahulu, kemudian disusul dengan hasil wawancara untuk memperkuat jawaban angket.

Berikut hasil penelitian yang diperoleh melalui hasil tabulasi dari angket yang disebar ke sampel. Hasil olahan SPSS dapat dilihat sebagai berikut, yang dimulai dari data tentang karakteristik responden.

4.1 HASIL PENELITIAN

4.1.1 KUANTITATIF

Tabel 4.1: Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frek	Persentase
Laki-Laki	13	14,2%
Perempuan	78	85,8%
N	91	100%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebesar 14,2% yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan sebesar 85,8% adalah perempuan.

Jika dilihat dari data yang ada responden mayoritas yang menggunakan moda transportasi kereta api yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan terlihat dari besarnya frekuensi sebesar 78 atau 85,8% dari N = 91 sedangkan Laki-laki hanya 13 atau 14,2% dari N=91.

Selanjutnya, bila dilihat dari sistem pembayaran, sebaran data dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2: Alat Pembayaran

Pembayaran	Frek	Persentase
Cash	13	14,3%
<i>E-ticketing</i>	78	85,7%
N	91	100%

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa tidak semua responden dalam penelitian ini yang menggunakan *e-ticketing*, dimana sebesar 14,3% atau sebanyak 13 responden masih menggunakan pembayaran secara tunai dan selebihnya dengan menggunakan *e-*

ticketing sebesar 85,7% atau sebanyak 78 responden.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa sebagian besar responden yang menggunakan pembayaran secara tunai, bukan tidak mau menerima perubahan namun disebabkan beberapa hal diantaranya pembelian secara tunai tidak terlalu memberatkan bagi calon penumpang dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Tidak menutup kemungkinan juga bahwa mereka juga sesekali menggunakan pembayaran menggunakan *e-ticketing* jika kartu *flash* atau pun *e-money* mereka memiliki saldo.

Tabel berikut menunjukkan bagaimana respon sampel terhadap penggunaan *e-ticketing*:

Tabel 4.3: Perubahan Penggunaan *E-Ticketing* sebagai Pengganti Pembayaran Tunai

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
SS	50	54,9	54,9	69,2
S	28	30,8	30,8	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 54,9%. Sementara, yang menjawab pernyataan

dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%, untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 50 responden atau sebesar 54,9%) bahwa setuju adanya perubahan dari pembayaran secara tunai menjadi *e-ticketing*.

Selanjutnya, pertanyaan tentang *e-ticketing* diharapkan dapat menghapus antrian panjang, terlihat sebagai berikut:

Tabel 4.4: Sistem *E-ticketing* Menghapus Antrian Panjang

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
RR	8	8,8	8,8	8,8
SS	54	59,3	59,3	68,1
S	29	31,9	31,9	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%. Sementara, yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8% dan responden

yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0. Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) bahwa sistem *e-ticketing* dapat merubah sistem antri yang panjang.

Dari hasil data di atas dikuatkan dengan wawancara yang peneliti lakukan untuk dimensi inovasi ini bahwa mayoritas dari responden merasa setuju dan sangat setuju dengan adanya perubahan pembayaran ini dikarenakan memudahkan bagi calon penumpang tidak perlu mengantri panjang dan menghemat waktu, apalagi jika ada kuliah pada pagi hari. Inovasi ini sangat dirasakan bagi calon penumpang yang memiliki waktu lebih sedikit.

Berikut sosialisasi *e-ticketing* sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri yang menggunakan media cetak:

Tabel 4.5: Penggunaan *E-Ticketing* sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri Melalui Media Cetak

	Frek	%	Valid %	Cum. %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	46	50,5	50,5	64,8
SS	32	35,2	35,2	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 35,2%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 50,5%. Sementara, yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%. Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 46 responden atau sebesar 50,5%) bahwa setuju responden mengetahui perubahan ini sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri melalui media cetak, yang sering diberitakan oleh pemerintah melalui media-media cetak.

Selanjutnya, berikut hasil olahan data atas penggunaan *e-ticketing* sebagai

pengganti pembayaran tunai yang dijawab oleh responden:

Tabel 4.6: Penggunaan *E-ticketing* sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri Melalui Media Elektronik

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	50	54,9	54,9	69,2
SS	28	30,8	30,8	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 52 orang atau sebesar 54,9%. Sementara, yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%, untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%. Sementara yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8% dan

responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0. Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) bahwa setuju responden mengetahui perubahan penggunaan *e-ticketing* sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri melalui media interpersonal yang sering digunakan individu untuk mempertukarkan informasi kepada individu lainnya.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada responden penelitian ini diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden penelitian mengetahui adanya perubahan sistem ini melalui berbagai media yang digunakan oleh pemerintah sebagai salah satu cara yang dilakukan dengan menggunakan media, karena penyebarluasan informasi melalui media dianggap paling efektif untuk menjangkau masyarakat. Media yang digunakan antara lain media cetak melalui koran dan spanduk. Media elektronik melalui TV lokal dan radio serta media interpersonal melalui *new media* dan jejaring sosial.

Setelah mengetahui media sosialisasi, dimensi waktu menjadi pertanyaan selanjutnya.

Tabel 4.8: Membutuhkan Waktu Singkat Untuk Menerima Perubahan Sistem

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	46	50,5	50,5	64,8
SS	32	35,2	35,2	100,0
	91	100	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 35,2%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 50,5%. Sementara, yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1.1% untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 46 responden atau sebesar 50,5%) karena membutuhkan waktu yang singkat untuk menerima perubahan sistem tersebut. Hal tersebut dikarenakan adanya sosialisasi kepada masyarakat secara langsung maupun dengan menggunakan media. Inovasi ini juga dirasakan memberikan kenyamanan bagi calon penumpang, dimana dengan

perubahan sistem ini calon penumpang tidak harus mengantri didepan loket serta memudahkan calon penumpang untuk menggunakan *e-ticketing*.

Melalui hasil di atas, maka dapat dipastikan akan berdampak juga pada manfaat yang didapat pengguna commuter line, sebagai berikut:

Tabel 4.9: Manfaat yang Signifikan dengan Adanya Perubahan Sistem Ini

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	50	54,9	54,9	69,2
SS	28	30,8	30,8	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 54,9%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%, untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 50 responden atau sebesar 54,9%) bahwa responden setuju

manfaat yang signifikan dengan adanya perubahan sistem ini, diantaranya tidak harus mengantri panjang diloket sebelum melakukan perjalanan dengan moda transportasi tersebut.

Tabel 4.10: Lebih Praktis dengan Perubahan Sistem Ini

	Fre k	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
RR	8	8,8	8,8	8,8
S	54	59,3	59,3	68,1
SS	29	31,9	31,9	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%. Sementara, yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0 untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut. Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) bahwa setuju responden lebih praktis dengan perubahan sistem ini dikarenakan tidak perlu melakukan antrian

panjang dan menghemat waktu terutama untuk berangkat kuliah.

Kemudian, peneliti juga menanyakan bagaimana para pengguna moda transportasi mengetahui *e-ticketing*. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11: Mengetahui Penggunaan *E-Ticketing* Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri Melalui Media Cetak

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	46	50,5	50,5	64,8
SS	32	35,2	35,2	100,0
	91	100	100	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 35,2%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 50,5%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1.1% untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut. Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 46 responden atau sebesar 50,5%) bahwa setuju mengetahui penggunaan *e-*

ticketing sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri melalui media cetak.

Tabel 4.12: Mengetahui Penggunaan *E-Ticketing* Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri melalui Media Elektronik

	Frek	%	Valid %	Ccum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
S	50	54,9	54,9	69,2
SS	28	30,8	30,8	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 54,9%. Sementara yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%. Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 50 responden atau sebesar 54,9%) bahwa responden mengetahui penggunaan *e-ticketing* sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri melalui media elektronik.

Tetapi tidak semua media elektronik menjadi sumber informasi. Karena

para pengguna pun mengetahui *e-ticketing* secara interpersonal juga, seperti berikut:

Tabel 4.13: Mengetahui Penggunaan *E-Ticketing* Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri melalui Media Interpersonal

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	10	11,0	11,0	12,1
S	52	57,1	57,1	69,2
SS	28	30,8	30,8	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%. Sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 52 orang atau sebesar 57,1%. Sementara yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 10 orang atau sebesar 11% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%.

Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 52 responden atau sebesar 57,1%) bahwa responden mengetahui penggunaan *e-ticketing* sebagai pengganti pembayaran tunai dan sistem antri melalui media interpersonal.

Selain melalui media yang sudah dipaparkan sebelumnya, para pengguna juga mengetahui *e-ticketing* pada saat mengantri. Berikut datanya:

Tabel 4.14: Mengetahui Penggunaan *E-Ticketing* sebagai Pengganti Pembayaran Tunai dan Sistem Antri Pada Saat Mengantri di Loket

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
R	8	8,8	8,8	8,8
S	54	59,3	59,3	68,1
SS	29	31,9	31,9	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%. Sementara yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8% dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0. Untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) bahwa setuju mengetahui penggunaan *e-ticketing* sebagai pengganti

pembayaran tunai dan sistem antri pada saat mengantri di loket.

Dua pertanyaan selanjutnya adalah mengenai tanggapan responden yang yakin setelah mendapatkan persuasi atas sistem *e-ticketing*, sebagai berikut:

Tabel 4.15: Mudah Untuk Diyakinkan Dengan Adanya Perubahan Sistem

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
R	12	13,2	13,2	14,3
S	50	54,9	54,9	69,2
SS	28	30,8	30,8	100,0
	91	100	100	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 54,9%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%, untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 50 responden atau sebesar 54,9%) bahwa responden mudah untuk diyakinkan dengan adanya perubahan sistem ini, apalagi dalam hal ini

yang menjadi responden adalah mahasiswa yang mudah untuk menerima perubahan.

Tabel 4.16: Mudah Percaya Jika Dipersuasi Orang Terkait dengan Perubahan

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
RR	8	8,8	8,8	8,8
S	54	59,3	59,3	68,1
SS	29	31,9	31,9	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0 untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut. Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) jika dipersuasi oleh orang terkait dengan perubahan sistem tersebut.

Ketika pengguna moda *commuter line* dapat dengan mudah diyakinkan secara persuasif, maka mayoritas

memutuskan untuk menggunakannya, seperti berikut:

Tabel 4.17: Memutuskan Untuk Mengadopsi Sistem

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
R	12	13,2	13,2	14,3
S	46	50,5	50,5	64,8
SS	32	35,2	35,2	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 35,2%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 50,5%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1.1% untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 46 responden atau sebesar 50,5%) bahwa setuju setelah mengetahui perubahan sistem ini memutuskan untuk mengadopsi sistem dikarenakan dirasakan memiliki manfaat bagi calon pengguna moda transportasi *commuter line*.

Konfirmasi juga didapat melalui media cetak yang memberitakan *e-ticketing*, seperti:

Tabel 4.18: Melakukan Konfirmasi Terhadap Pihak Terkait Melalui Media Cetak Untuk Menanyakan Kebenaran dari Perubahan tersebut

	Frek	%	Valid %	Cum %
STS	0	0	0	0
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	12	13,2	13,2	14,3
SS	50	54,9	54,9	69,2
S	28	30,8	30,8	100,0
	91	100	100	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 30,8%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 54,9%. Sementara yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 12 orang atau sebesar 13,2%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1,1%, untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut.

Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 50 responden atau sebesar 54,9%) setelah mengetahui adanya perubahan sistem, maka mengkonfirmasi-kan terhadap pihak terkait melalui

media cetak menanyakan kebenaran dari perubahan tersebut.

Tabel 4.19: Anda Sudah Pernah Mencoba *E-Ticketing*

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
RR	0	0	0	0
SS	62	68,1	68,1	68,1
S	29	31,9	31,9	100,0
	91	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 62 orang atau sebesar 68,1%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan ragu-ragu dan tidak setuju dan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0 karena responden tidak memilih jawaban tersebut. Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 62 responden atau sebesar 68,1%) sudah pernah mencoba *e-ticketing* sebagai cara pembayaran.

Tabel 4.20: Anda Merupakan Kelompok Individu yang Telah Mengadopsi *E-Ticketing*

	Frek	%	Valid %	Cum%
STS	0	0	0	0
TS	0	0	0	0
RR	8	8,8	8,8	8,8
SS	54	59,3	59,3	68,1
S	29	31,9	31,9	100,0
	91	100	100	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang menjawab sangat Setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 31,9%, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 59,3%, sementara itu yang menjawab pernyataan dengan jawaban ragu-ragu sebanyak 8 orang atau sebesar 8,8%, dan responden yang menjawab pernyataan dengan tidak setuju sebanyak nihil atau sebesar 0 untuk jawaban sangat tidak setuju dinyatakan nihil karena responden tidak memilih jawaban tersebut. Kesimpulan dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden setuju (sebanyak 54 responden atau sebesar 59,3%) merupakan kelompok individu yang telah mengadopsi *e-ticketing*.

4.1.2 HASIL KUALITATIF

Selain data kuantitatif, peneliti juga mewancarai beberapa pengguna moda transportasi yang mengadopsi pemakaian *e-ticketing*. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan sepuluh sampel dari total 91 orang responden. Beberapa pertanyaan yang diajukan lebih bertujuan untuk 'menguatkan' hasil data kuantitatif dimana pilihan jawaban mungkin tidak tercantum pada pertanyaan-pertanyaan angket.

Terdapat delapan pertanyaan yang dibuat secara acak dari berbagai dimensi dan variabel yang ada. Berangkat dari konteks komunikasi, maka penelitian ini

lebih terfokus pada **pesan** yang hendak disampaikan. Pesan yang dikomunikasikan adalah penyebaran difusi inovasi yang menggunakan berbagai saluran komunikasi sehingga mampu membentuk perilaku mengadopsi para pengguna moda transportasi *commuter line* dalam menggunakan *e-ticketing*.

Berikut beberapa *statement* para *key-informant* sehubungan dengan **saluran media** (sosialisasi) yang digunakan pada proses difusi *e-ticketing*:

“Awal pertama diberlakukannya sistem *e-ticketing* saya hanya melihat dari spanduk yang banyak tersebar di setiap stasiun. Menurut saya hal ini kurang begitu efektif karena tidak semua orang dapat membaca dengan leluasa. Sebaiknya menggunakan brosur untuk dibagikan atau jika ingin lebih hemat dapat menempel poster pengumuman di setiap gerbong kereta. Penggunaan media sosial **twitter** dan **facebook** juga dapat membantu, mengingat apabila pengguna kereta ingin mengetahui jadwal mereka lebih suka untuk mengecek di media sosial.” (Indah)

“Menurut saya bentuk media sosialisai yang tepat agar semua masyarakat tau mengenai info *e-ticketing* ini adalah dengan membuat semacam **TVC/iklan** yang berdurasi 30 detik, karena menurut saya ini akan jauh lebih efektif ketimbang hanya dengan melakukan media sosial seperti facebook dan twitter atau dengan hanya melihat poster. Karena kalau pemerintah bisa memberikan info dengan membuat **TVC** pesan yang akan disampaikan juga akan mudah diterima oleh masyarakat. Dan layaknya masyarakat yang hidup di jaman 21 ini kita tidak hanya sekedar membaca tapi audio

visual itu yang paling penting.” (Arna)

“Dibuatkan **brosur** atau iklan ditempatkan umum yang banyak orang pasti akan melihatnya.” (Vera)

“Bentuk sosialisasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak *commuter line* adalah dengan menggunakan **media sosial** yang dipunya oleh *commuter line*, serta dengan melakukan pemberitaan di **media massa** dan membuat **spanduk** dengan ukuran besar yang di taruh disetiap kereta dan stasiun yang dilewati *commuter line*.” (Trie)

“Sosialisasi melalui **pemberitahuan** secara rutinitas di waktu-waktu tertentu di setiap stasiun, misalnya saat pembeli tersebut membeli tiket. Bisa juga lewat **spanduk** yang dipasang di tiap stasiun.” (Lady)

“Media sosial yang tepat digunakan yang pertama adalah **facebook**, karena setiap orang pasti mengenal facebook. Namun, saya belum tahu apakah pihak *commuter line* saat ini sudah memiliki akun official di fb atau tidak. Selain itu, **twitter** juga bisa dijadikan sebagai media informasi untuk memberitahukan pemberlakuan *e-ticketing*, saya adalah salah satu follower @commuterlinedi twitter dan kira-kira akun tersebut bisa efektif digunakan untuk memberikan informasi tentang pemberlakuan *e-ticketing* tersebut terutama pada anak muda yang sangat mengandrungi media sosial. Selain itu, adanya **poster dan spanduk** di setiap stasiun di jabodetabek juga efektif untuk mensosialisasikan pemberlakuan *e-ticketing* yang baru.” (Mega)

“Bentuk dan media sosialisasi yang tepat adalah dengan cara di masukan ke **TV, di siarkan di radio, internet dan sosialisasi langsung** ke lapangan.” (Selvi)

“Menurut saya dengan adanya iklan setiap harinya di televisi dan dengan adanya bantuan dari petugas PT. KAI yang cepat merespon setiap keperluan pengguna jasa kereta api dengan memberikan petunjuk adanya pemberlakuan e-ticketing yang menggunakan sistem tapping atau dengan menggunakan pengumuman/informasi yang disampaikan menggunakan speaker di setiap stasiun.” (Stefy)

“Menurut saya media yang sangat berguna untuk mengetahui hal seperti e-ticketing dan commuter line adalah dengan membuat account media social seperti **Twitter** untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang penggunaan E-Ticketing pada commuter line.” (Aldo)

“Menurut saya metode yang tepat adalah pemberitaan secara massal dalam media cetak maupun online dan pemasangan spanduk pengumuman di setiap stasiun kereta yang dilewati oleh commuter line.” (Angel)

Dari beragam jawaban sampel, maka dapat disimpulkan terdapat lima saluran media yang digunakan antara lain: media sosial (*facebook* dan *twitter*), media massa (televisi, radio), media cetak dan online (internet), iklan *below the line* (brosur, spanduk, poster) serta pengumuman / pemberitahuan.

Sementara, di saluran komunikasi lain—komunikasi interpersonal—terdapat dua saluran yang banyak dipilih oleh sebagian besar *key informant* yaitu komunikasi langsung dengan petugas

(*ticketing*) dan teman sesama pengguna *commuter line*.

Jika menilik kembali gagasan Rogers (1961), dikatakan bahwasanya difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru (*new idea*) kepada pengguna (*adopter*). Maka dalam penelitian ini, yang termasuk ide baru tersebut adalah inovasi perubahan sistem pembayaran: pembayaran tunai (*cash*) menjadi *e-money*. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan *keyinformant* tentang manfaat yang diperoleh berikut:

“Selain memudahkan untuk memasuki gate di stasiun tanpa perlu mengantri, saya juga merasakan manfaat *e money* untuk membayar parkir di stasiun.” (Indah)

“Lebih praktis dan cepat.” (Stefy)

“Manfaat nya jelas terlihat dari kecepatan proses menggunakan KRL, dengan tanpa harus menunggu lama dan langsung masuk ke dalam kereta itu sangat membantu orang-orang yang bekerja dengan jarak tempuh yang cukup jauh. Dan kenyamanan dalam menaiki transportasi lebih terasa karena menggunakan E-Ticketing akan mempermudah akses kita.” (Aldo)

Pada akhirnya, tahapan pada perilaku mengadopsi (Rogers, 1974) berakhir pada proses terakhir yakni *adaptation*. Pada proses ini, dikatakan bahwa subjek telah berperilaku baru sesuai

dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap stimulus. Untuk memperkuat argumen tersebut, berikut pernyataan *key informant*:

“Manfaatnya adalah adanya perubahan pola pikir masyarakat untuk bisa mempunyai pola pikir maju dan modern. Metode ini sudah banyak diterapkan di negara maju sebagai pengganti uang. Dengan metode ini, masyarakat dapat beradaptasi dengan negara-negara maju.” (Angel)

4.2 HASIL ANALISIS DATA

4.2.1 HASIL UJI KORELASI

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dengan program *SPSS for Windows* versi 20.00. Variabel bebas dalam penelitian ini antara lain: divusi inovasi, keputusan inovasi dan pengelompokan *adopter* berhubungan dengan perilaku mengadopsi.

Tabel 4.2.1: Hubungan Antara Divusi Inovasi dengan Perilaku Mengadopsi

Variabel	Koefisien korelasi <i>ran</i>				
	pada	Int	Eva	Trial	Adaptio
	Awarene	ere	luati		
	ss	st	ons		
Divusi Inovasi	0,300**	0,270*	0,290*	0,276*	0,301*
Keputusan Inovasi	0,350**	*	0,327**	0,409**	0,344*
Pengelompokan <i>adopter</i>	0,379**	0,312**	0,286*	0,297*	0,371*

Keterangan: *) nyata pada $\alpha_{0,05}$;
**) sangat nyata pada $\alpha_{0,01}$

Tabel tersebut disebut sebagai hipotesis penelitian. Dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat nyata ($p < 0,01$) antara divusi inovasi dengan *awareness, interest, evaluations, trial* dan *adaptions*. Hal ini dikarenakan perubahan yang dilakukan oleh pemerintah memberikan manfaat yang dirasakan oleh para calon penumpang.

Dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat nyata ($p < 0,01$) antara keputusan inovasi dengan *awareness, interest, evaluations, trial* dan *adaptions*. Hal ini dikarenakan membuat suatu keputusan terhadap perubahan yang dilakukan oleh pemerintah memberikan manfaat yang dirasakan oleh para calon penumpang.

Dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat nyata ($p < 0,01$) antara Pengelompokan *adopter* dengan *awareness, interest, evaluations, trial* dan *adaptions*. Hal ini dikarenakan dalam melakukan perubahan dilakukan pengelompokan-pengelompokan berdasarkan kesiapan anggota kelompok untuk melakukan suatu perubahan.

4.2.2 UJI HIPOTESIS

Dengan menggunakan nilai *r* tabel untuk $df = (N-2)$ $df = 91-2 = 89$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 didapatkan nilai *r* tabel untuk 89 orang sebesar 0,2061.

Jika dilihat nilai r hitung antara divusi inovasi dengan perilaku mengadopsi, nilai r hitung $< r$ tabel.

Penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara divusi inovasi terhadap perilaku mengadopsi yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika dilihat nilai r hitung antara keputusan inovasi dengan perilaku mengadopsi nilai r hitung $< r$ tabel, maka terdapat hubungan antara keputusan inovasi terhadap perilaku mengadopsi yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika dilihat nilai r hitung antara divusi inovasi dengan perilaku mengadopsi nilai r hitung $< r$ tabel, maka terdapat hubungan antara pengelompokkan *adopter* terhadap perilaku mengadopsi yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima.

BAB 5

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara ketiga variabel yakni difusi inovasi, pengelompokkan *adopter* dan perilaku mengadopsi (seperti tertera pada hipotesis penelitian)
2. Terdapat ragam media yang digunakan untuk difusi sebuah inovasi, yakni

media *below the line*, *above the line*, *new social media* serta media konvensional

3. Terbukti bahwasanya perilaku mengadopsi ada pada tahapan terakhir yakni *adaptation* yang berarti telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap suatu difusi inovasi (dalam hal ini adalah penggunaan *e-ticketing* sebagai pengganti pembayaran tunai).

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok D. 1995. *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dalam Metode Penelitian Survei*. Diedit oleh Singarimbun dan Sofian Effendi. Jakarta : LP3ES
- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Metode Penelitian Untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Sembiosa Rekatama Media, Jakarta.
- Arifianto, S. 2013. *Dinamika Perkembangan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Serta Implikasinya di Masyarakat*. Jakarta: Media Bangsa
- Ashenfelter O, Levine PB, Zimmerma DJ. 2003. *Statistics and Econometrics: Methods and Applications*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Babbie E. 1992. *The Practice of Social Research*. Edisi Enam. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi,*

- Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, Rakhmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nasution, S. 2003. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Cetakan keenam. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Neuman LW. 2006. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approachs*. Boston: Pearson.
- Nurdin, Usman. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum.PT*. Raja Grafindo Persada.
- Patton MQ. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd Ed. London: Sage Publication.
- Phipps P, Vernon M. 2008. *24 Hours: An Overview Of The Recall Diary Method and Data Quality In The American Time Use Survey*. Thousands Oaks; Sage Publication.
- Rakhmat, Jalaludin. 1994. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Karya, Bandung.
- Rogers, Everett M, 1995. *Diffusions of Innovations, Forth Edition*. New York: Tree Press.
- Ruslan R. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sumber Online:**
<http://bstp.hubdat.dephub.go.id/index.php?mod=detilSorotan&idMenuKiri=345&idSorotan=54>
- <http://www.stppgowa.ac.id/informasi/artikel-ilmiah/194-komponen-sistem-sosial-dalam-proses-penyebaran-informasi>
- <http://bni.co.id/BeritaBNI/BeritaBNI/tabid/236/articleType/ArticleView/articleId/298/language/id-ID/Kini-Uang-Elektronik-BNI-Bank-BRI-dan-Bank-Mandiri-Bisa-Bayar-Kereta-Commuter-Line.aspx>
- <http://www.bekasibusiness.com/2013/11/08/pengguna-ka-commuter-line-dari-stasiun-bekasi-diimbau-gunakan-kartu-multitrip/>
- <http://www.krl.co.id/BERITA-TERKINI/kartu-flazz-bca-kini-dapat-digunakan-untuk-transaksi-perjalanan-krl.html>
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/34055/3/Chapter%20II.pdf>
- <http://bni.co.id/BeritaBNI/BeritaBNI/tabid/236/articleType/ArticleView/articleId/298/language/id-ID/Kini-Uang-Elektronik-BNI-Bank-BRI-dan-Bank-Mandiri-Bisa-Bayar-Kereta-Commuter-Line.aspx>