

**PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN PESAN SOSIALISASI TERHADAP  
TINGKAT PARTISIPASI PANGKALAN AGEN LPG DALAM PROGRAM  
CASHLESS PAYMENT PT. PERTAMINA (PERSERO) BRANCH MARKETING  
DIY & SURAKARTA DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh  
**DINI NUR FADILAH**  
20140530240

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dini Nur Fadilah  
NIM : 20140530240  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi dengan judul “PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN PESAN SOSIALISASI TERHADAP TINGKAT PARTISIPASI PANGKALAN AGEN LPG DALAM PROGRAM CASHLESS PAYMENT PT. PERTAMINA (PERSERO) BRANCH MARKETING DIY & SURAKARTA DI KOTA YOGYAKARTA” berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari saya sendiri, seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 08 Mei 2018

Penulis,

Dini Nur Fadilah

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tidak lupa peneliti ucapkan terimakasih untuk:

1. Terimakasih kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa yang tulus sampai saat ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, serta rezeki-Nya untuk kalian. Terimakasih Bapak Mama.
2. Terima kasih untuk keluarga besar yang selalu memberikan semangatnya untuk menyelesaikan perkuliahan di UMY.
3. Ibu Roniia dan seluruh jajaran staffnya yang memberikan izin melakukan program magang di PT. Pertamina Yogyakarta (Persero) Branch Marketing DIY Surakarta sehingga saya mendapatkan objek penelitian skripsi ini serta memberikan banyak ilmu dan pengalaman baru.
4. Keluarga, Sahabat, Penghuni Kontrakan Eko's Squad (Uma, Prisma, Rika, Andam, Bella) yang sudah menjadi keluarga di Jogja dengan berbagai cerita kehidupan yang sudah dilalui bersama yang pasti akan dirindukan. Terimakasih kawan
5. Keluarga Acid Sains yang selalu memberikan semangat, tempat *sharing* segala keluh kesah dan selalu menghibur. Aku beruntung banget dan ngga akan pernah nyesel kenal kalian semua. Semoga kita bisa sukses bersama
6. Teman senasib dan seperjuangan aku para pejuang kuantitatif dan tim sempro sidang barengan yang akhirnya bisa menyelesaikan skripsi barengan juga Asni, Jupek, Andam, Clara.

7. Terimakasih untuk Amel, Temi, Susi yang selalu mau direpotin dan selalu support. Lisa, Farah, Nelfi, Ayu temen curhat, *sharing* skripsi, saling *support* dan semangat.
8. Friends Duck ( Kelas F ) terimakasih sudah menjadi keluarga yang sangat berharga.
9. Kompatbelas terimakasih atas pengalaman yang telah diberikan, terimakasih sudah menerima saya yang pernah bekerjasama dengan kalian. Semoga tetap solid dan sukses untuk kita semua.
10. Pihak-Pihak serta teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang berperan dan memberi *support* dalam terselesaikannya skripsi ini.
11. Keluarga, Sahabat, Teman di Asrama Mahasiswa University Residence yang telah menjadi kawan di awal perantauan ini, terimakasih banyak sudah menjadi teman.
12. Terimakasih untuk teman-teman angkatan IK UMY 2014 yang selalu menjadi panutan, semoga kita semua dapat menjadi bagian dari generasi yang membanggakan.
13. Seluruh keluarga, sahabat, teman, terimakasih untuk semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

## **MOTTO**

**“ BE KIND TO UNKIND PEOPLE, THEY NEED IT THE MOST ”**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Puji Syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ridha-Nya kepada saya untuk menyelesaikan kewajiban penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Tingkat Pemahaman Pesan Sosialisasi Terhadap Tingkat Partisipasi Pangkalan Agen LPG dalam Program *Cashless Payment* PT. PERTAMINA (Persero) Branch Marketing DIY & Surakarta di Kota Yogyakarta. Tanpa ridha-Nya pula saya tidak akan bisa menyelesaikan kewajiban dan tanggung jawab ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari segala kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca sebagai bahan masukan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Hal ini mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis serta kendala yang ada, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan hingga disusunnya penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan motivasi dan tak hentinya mendoakan penulis agar selalu dalam lindungan Allah SWT serta selalu dilancarkan dalam segala urusannya, serta selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan tanggung jawab ini dengan baik.
2. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, M.Sc, selaku kepala jurusan Ilmu Komunikasi UMY
3. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing, memberikan arahan, motivasi, dan koreksi selama pelaksanaan penelitian skripsi dan memberikan masukan terbaik untuk kesempurnaan laporan skripsi.
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.S dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si yang telah menguji sidang skripsi dan membantu menyempurnakan penyusunan skripsi hingga benar.
5. Bapak/Ibu Dosen jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak ilmunya kepada penulis

6. Bapak Ody Sumantri, selaku Jr. Sales Executive LPG VI PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta dan Bapak Nur Imron Sudarmanto selaku *staff* PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan pencarian data mengenai objek penelitian dan pemberian support hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman tercinta yang terus memberikan semangat dan pengertiannya dalam membantu proses dan beberapa hal selama penulisan skripsi berlangsung
8. Pihak-Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang berperan dalam terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, sehingga penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Namun penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini dapat memiliki manfaat bagi pembacanya dan juga sebagai referensi untuk peneliti yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 08 Mei 2018

Penulis,

Dini Nur Fadilah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTIVASI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Peneltian .....	13
E. Kerangka Teori .....	14
1. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon).....	14
2. Teori Bandura.....	16
3. Teori Perkembangan Kognitif .....	17

4. Teori Perubahan Perilaku .....	20
F. Penelitian Terdahulu.....	21
G. Hipotesis .....	23
H. Kerangka Pikir.....	24
I. Definisi Variabel (Konseptual dan Operasional).....	25
1. Definisi Konseptual .....	25
2. Definisi Operasional .....	27
J. Metodologi Penelitian .....	29
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3. Sumber Data .....	31
4. Teknik Pengumpulan Data .....	32
5. Teknik Sampling .....	32
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
7. Teknik Analisis Data .....	36

**BAB II DESKRIPSI PT. PERTAMINA (PERSERO), CASHLESS PAYMENT, DAN PROFIL AGEN LPG KOTA YOGYAKARTA .....39**

A. Profil Perusahaan .....	39
B. Lokasi Perusahaan .....	43
C. Logo Perusahaan.....	43
D. Visi dan Misi .....	43
E. Tujuan dan Tugas Perusahaan .....	44
F. Struktur Organisasi .....	45
G. Tampilan <i>mobile banking Cashless Payment</i> untuk agen dan pangkalan agen LPG .....	47
H. Sistem Distribusi LPG .....	49
I. Deskripsi Agen LPG Kota Yogyakarta .....	50

**BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....55**

A. Sajian Data.....	55
1. Uji Validitas Data .....	55
2. Uji Realibilitas Data .....	56
B. Analisis Data .....	57
1. Karakteristik Responden .....	57
a. Jenis Kelamin.....	57
b. Umur .....	58
2. Analisis Deskriptif Variabel Peneletian .....	60
a. Tingkat Pemahaman.....	60
1) Mengerti Pesan Sosialisasi.....	61

2) Menjelaskan Kembali Pesan Sosialisasi .....	75
b. Tingkat Partisipasi .....	77
1) Ikut Serta Terlibat Menyampaikan Saran dan Pendapatnya .....	77
2) Mengenal atau Mengetahui Masalah Yang Terjadi Pada Sosialisasi .....	80
3) Mengkaji Pilihan yang Ada Pada Sosialisasi .....	82
4) Membuat keputusan untuk terlibat atau tidaknya pada sosialisasi .....	84
5) Memecahkan Masalah yang Terjadi Pada Sosialisasi .....	85
c. Hasil Uji Deskripsi Variabel .....	89
3. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	90
C. Pembahasan .....	94

**BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....105**

A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	107

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Bentuk Penyimpangan atau Pelanggaran Dalam Kegiatan Pendistribusian LPG di Jawa Tengah dan DIY .....	2
<b>Tabel 1.2</b> Data Penggunaan <i>Cashless Payment</i> Raport Agen VI Bulan Juni 2016 – September 2017 .....	9
<b>Tabel 2.1</b> Struktur Organisasi PT. Pertamina (Persero) Marketing Branch Manager DIY & Surakarta.....	46
<b>Tabel 3.1</b> Hasil Uji Validitas .....	56
<b>Tabel 3.2</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	57
<b>Tabel 4.1</b> Mengetahui Adanya Sosialisasi dan Edukasi Pemahaman n= 90 .....	61
<b>Tabel 4.2</b> Mengetahui Program <i>Cashless Payment</i> Menggunakan Format <i>Sms Banking</i> n= 90 .....	62
<b>Tabel 4.3</b> Mengetahui Setiap Kendala di Lapangan Bisa Dilakukan di Semua Kantor Unit Bank yang Bekerjasama dengan Pertamina n= 90 .....	64
<b>Tabel 4.4</b> Mengetahui Surat Pemberitahuan dari Agen ke Seluruh Pangkalan Agar Tidak Memberikan Uang Tips n= 90.....	65
<b>Tabel 4.5</b> Mengetahui Pembayaran Via Transfer <i>Sms Banking</i> Dilakukan Sebelum Hari H Pengiriman/ Maksimal H-1 Pada Jam Kerja n= 90 .....	67
<b>Tabel 4.6</b> Mengetahui Adanya Stiker dan Poster ID <i>Store Agen</i> n= 90 .....	68
<b>Tabel 4.7</b> Mengetahui Tata Cara Melakukan <i>Sms Banking</i> yang Benar n= 90 .....	70
<b>Tabel 4.8</b> Mengetahui Adanya Sms Balasan dari Bank Terkait Transaksi Sukses atau Gagal n= 90 .....	71
<b>Tabel 4.9</b> Mengetahui Bahwa Semua <i>Handphone</i> Dapat Digunakan Untuk <i>Sms Banking</i> dan Wajib Mendaftarkan Nomor Sim <i>Handphone</i> -nya n= 90 .....	73
<b>Tabel 4.10</b> Mengetahui Bahwa Agen Akan Mendapatkan Laporan Pencatatan Transaksi dan Rekap Bulanan yang Lebih Akurat n= 90 .....	74
<b>Tabel 4.11</b> Menjelaskan Kembali Kepada Orang lain Mengenai Program <i>Cashless Payment</i> n= 90 .....	76
<b>Tabel 4.12</b> Mencari Informasi dan Prosedur Mengenai Penggunaan <i>Cashless Payment</i> n= 90 .....	78
<b>Tabel 4.13</b> Ikut Menyampaikan Kritik, Saran dan Pendapatnya n= 90 .....	79
<b>Tabel 4.14</b> Tidak Melakukan Penyimpangan Dalam Proses Distribusi dan Transaksi Pembayaran n= 90 .....	81

<b>Tabel 4.15</b> Memilih Untuk Mengikuti Program Tersebut Setelah Dilakukan Sosialisasi n= 90 .....	82
<b>Tabel 4.16</b> Mengikuti Sosialisasi Program <i>Cashless Payment</i> Karena Mendukung Kebijakan dari PT. Pertamina n= 90.....	84
<b>Tabel 4.17</b> Menetapkan Harga LPG Sesuai Dengan Harga yang Ditetapkan dan Menjual Tabung Sesuai Dengan SNI n= 90 .....	86
<b>Tabel 4.18</b> Melaporkan Segala Bentuk Kecurangan yang Dilakukan Oleh Agen LPG n= 90 .....	87
<b>Tabel 4.19</b> <i>Descriptive Statistics</i> .....	89
<b>Tabel 5.1</b> Koefisien Regresi Sederhana .....	90
<b>Tabel 5.2</b> Uji Nilai Signifikan.....	92
<b>Tabel 5.3</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	93

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Penggunaan Cashless Payment September 2017 di Yogyakarta.....	8
<b>Gambar 2.1</b> Teori Bandura B= ↔ (EO).....	16
<b>Gambar 3.1</b> Bagan hubungan antara variabel .....	25
<b>Gambar 4.1</b> Rumus <i>Product Moment</i> .....	34
<b>Gambar 4.2</b> Rumus <i>Alpha Cronbach</i> .....	35
<b>Gambar 4.3</b> Rumus Uji Regresi Linier .....	37
<b>Gambar 4.4</b> Skala <i>Likert</i> .....	38
<b>Gambar 5.1</b> Sejarah Logo PT. Pertamina .....	43
<b>Gambar 6.1</b> Tampilan <i>Mocash BRI</i> Tahun 2015 .....	47
<b>Gambar 6.2</b> Tampilan <i>Mandiri Supply Chain</i> Tahun 2015 .....	48
<b>Gambar 6.3</b> Skema Pembayaran Menggunakan <i>Mocash BRI</i> .....	49
<b>Gambar 7.1</b> Alur Pendistribusian LPG .....	50
<b>Gambar 8.1</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin N= 90 .....	58
<b>Gambar 8.2</b> Data Responden Berdasarkan Umur N= 90.....	59
<b>Gambar 9.1</b> Mengetahui Adanya Sosialisasi dan Edukasi Pemahaman n=90.....	61
<b>Gambar 9.2</b> Mengetahui Program <i>Cashless Payment</i> Menggunakan Format <i>Sms Banking</i> n=90.....	63
<b>Gambar 9.3</b> Mengetahui Setiap Kendala di Lapangan Bisa Dilakukan di Semua Kantor Unit Bank yang Bekerjasama dengan Pertamina n= 90 .....	64
<b>Gambar 9.4</b> Mengetahui Surat Pemberitahuan dari Agen ke Seluruh Pangkalan Agar Tidak Memberikan Uang Tips n= 90.....	66
<b>Gambar 9.5</b> Mengetahui Pembayaran Via Transfer <i>Sms Banking</i> Dilakukan Sebelum Hari H Pengiriman/ Maksimal H-1 Pada Jam Kerja n= 90 .....	67
<b>Gambar 9.6</b> Mengetahui Adanya Stiker dan Poster ID <i>Store Agen</i> n= 90.....	69
<b>Gambar 9.7</b> Mengetahui Tata Cara Melakukan <i>Sms Banking</i> yang Benar n= 90.....	70
<b>Gambar 9.8</b> Mengetahui Adanya Sms Balasan dari Bank Terkait Transaksi Sukses atau Gagal n= 90 .....	71
<b>Gambar 9.9</b> Mengetahui Bahwa Semua <i>Handphone</i> Dapat Digunakan Untuk <i>Sms Banking</i> dan Wajib Mendaftarkan Nomor Sim <i>Handphone</i> -nya n= 90 .....	73
<b>Gambar 9.10</b> Mengetahui Bahwa Agen Akan Mendapatkan Laporan Pencatatan Transaksi dan Rekap Bulanan yang Lebih Akurat n= 90 .....	75
<b>Gambar 9.11</b> Menjelaskan Kembali Kepada Orang lain Mengenai Program <i>Cashless Payment</i> n= 90.....	76
<b>Gambar 9.12</b> Mencari Informasi dan Prosedur Mengenai Penggunaan <i>Cashless Payment</i> n= 90 .....	78

<b>Gambar 9.13</b> Ikut Menyampaikan Kritik, Saran dan Pendapatnya n= 90 .....	79
<b>Gambar 9.14</b> Tidak Melakukan Penyimpangan Dalam Proses Distribusi dan Transaksi Pembayaran n= 90 .....	81
<b>Gambar 9.15</b> Memilih Untuk Mengikuti Program Tersebut Setelah Dilakukan Sosialisasi n= 90 .....	83
<b>Gambar 9.16</b> Mengikuti Sosialisasi Program <i>Cashless Payment</i> Karena Mendukung Kebijakan dari PT. Pertamina n= 90 .....	85
<b>Gambar 9.17</b> Menetapkan Harga LPG Sesuai Dengan Harga yang Ditetapkan dan Menjual Tabung Sesuai Dengan SNI n= 90 .....	86
<b>Gambar 9.18</b> Melaporkan Segala Bentuk Kecurangan yang Dilakukan Oleh Agen LPG n= 90 .....	88
<b>Gambar 10.1</b> Faktor atau Variabel Lain yang Mempengaruhi Tingkat Partisipasi .....	103