

**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**

NASKAH PUBLIKASI

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 PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi 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**

Oleh:

**DINI NUR FADILAH
20140530240**

Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suciati', with a horizontal line underneath it.

Dr. Suciati, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Banyaknya kasus penyimpangan pelanggaran yang terjadi dalam kegiatan pendistribusian LPG 3 kg dari agen kepada pangkalan agen LPG, hal tersebut menjadikan PT. Pertamina membuat suatu inovasi yang diperlukan untuk memudahkan melakukan pengawasan dan monitoring harga jual di tingkat agen terhadap pangkalan agen yaitu dengan adanya program pembayaran non tunai atau *Cashless Payment*. Partisipasi pangkalan agen LPG melalui sosialisasi sangat menentukan keberhasilan suatu program dari PT. Pertamina apakah pangkalan agen LPG tersebut akan tetap menggunakan metode *cashless payment* atau beralih menggunakan metode pembayaran secara tunai. Agar pangkalan agen LPG beralih menggunakan *cashless payment*, perlu dilakukan pengkajian mengenai Pengaruh Tingkat Pemahaman Pesan Sosialisasi Cashless Payment dan Tingkat Partisipasi Pangkalan Agen LPG. Untuk itu perlu identifikasi bagaimana pengaruh pemahaman pesan sosialisasi Cashless Payment dan tingkat partisipasi pangkalan agen LPG di Kota Yogyakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berskala Likert berjumlah 90 buah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa keputusan pangkalan agen LPG dalam menggunakan metode *cashless payment* dipengaruhi oleh 1 variabel yaitu pemahaman pesan sosialisasi *cashless payment* sebesar 32,1 %, sisanya yaitu 67,9 % pangkalan agen melakukan penggunaan metode *cashless payment*.

Kata Kunci: Pesan Sosialisasi, Cashless Payment, Partisipasi

PENDAHULUAN

Dalam melakukan pemasaran produk LPG tertentu tersebut, Pertamina bekerjasama dengan agen-agen LPG PSO (*Public Service Obligation*) yang ditunjuk oleh Pertamina untuk mendistribusikan ke Sub Agen yang terikat kontrak dengan Agen penyuplainya. Sebagai barang bersubsidi, tentunya kegiatan pendistribusian LPG 3 kg dari agen ke pangkalan memiliki batasan-batasan tertentu, khususnya dalam harga jualnya yang diatur oleh ketentuan HET (Harga Eceran Tertinggi) di masing-masing wilayah pendistribusiannya. Atas dasar hal tersebut, Pertamina berkewajiban untuk melakukan *monitoring* atas harga jual agen kepada Sub Agen/Pangkalan agar sesuai dengan ketentuan HET yang berlaku. *Monitoring* ini diperlukan karena adanya beberapa pelanggaran yang sudah terjadi dan potensi penyimpangan atau penyelewengan dalam kegiatan pendistribusian LPG 3 kg dari agen kepada pangkalan. Oleh sebab itu, diperlukan metode yang memudahkan untuk melakukan pengawasan dan monitoring harga jual di tingkat agen terhadap pangkalan agen yang salah satunya dapat dilakukan dengan implementasi pembayaran dengan cara *Cashless Payment*. Penggunaan *Cashless Payment* sebagai bentuk upaya PT. Pertamina Branch Marketing DIY & Surakarta untuk memberikan edukasi mengenai harga jual LPG tertentu kepada pengusaha agen LPG dan pangkalan LPG yang diberikan kepercayaan dari pemerintah untuk mendistribusikan LPG tertentu secara merata kepada masyarakat.

Dengan adanya penerapan *Cashless Payment* tersebut, maka fungsi supir Agen LPG hanya sebatas mengantarkan/ mendistribusikan tanpa melakukan proses transaksi dan pendistribusian pun dilakukan sesuai rencana penyaluran yang telah dibuat oleh Agen LPG ke Pangkalan sehingga menurunkan potensi penyelewengan jumlah distribusi dan harga jual Agen ke Pangkalan serta mengurangi resiko tindak kriminalitas di jalan. Adapun tujuan penggunaan *cashless payment* yaitu untuk memudahkan dalam *monitoring* harga jual LPG tertentu di tingkat agen, untuk memperbaiki tata niaga keagenan LPG agar lebih efisien dan terorganisir dengan baik, serta sebagai bentuk edukasi kepada agen dan pangkalan agen untuk dapat bertransaksi secara tunai. Selain itu alasan pengadaan metode *cashless payment* yaitu karena meningkatnya kebutuhan LPG di masyarakat yang semakin tahun semakin tinggi dan untuk memberikan *image* baik terhadap perusahaan dengan cara memberikan edukasi tentang manfaat transaksi secara elektronik (non tunai) bagi masyarakat.

Transaksi *cashless* ini memungkinkan pangkalan agen LPG melakukan pemesanan dan pembayaran melalui *SMS Banking*, sedangkan agen mendapatkan laporan rekonsiliasi pencatatan transaksi secara otomatis dan *real time* dan rekap bulanan yang lebih akurat. Selain itu, bagi Pertamina, fasilitas ini dapat membantu memonitor transaksi dan distribusi LPG bersubsidi sampai ke pangkalan dengan menghubungkan antara aplikasi elektronik banking dengan aplikasi SIMOL3K milik Pertamina dengan menggunakan koneksi *host-to-host* yang tidak dibatasi oleh jam buka Bank maupun tidak harus datang ke Bank karena semua transaksi dapat dioperasikan dengan *handphone*. Berdasarkan data presentase penggunaan *cashless payment* pada bulan Juni 2016 sampai dengan bulan September 2017 di Agen Rayon VI yang terdiri dari wilayah Kabupaten Bantul, Sleman, Gunung Kidul, Kulon Progo, dan Kota Yogyakarta. Dalam penggunaan metode *cashless payment*, Kabupaten Kota Yogyakarta merupakan wilayah yang paling rendah dalam penggunaan metode *cashless payment*. Wilayah Kulon Progo dan Gunung Kidul memiliki presentase yang lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Hal itu menunjukkan penggunaan metode *cashless payment* sudah optimal dilakukan dan sudah dirasa memiliki banyak manfaatnya dibandingkan dengan transaksi tunai. Berdasarkan diagram tersebut, agen yang sudah menggunakan metode *cashless payment* di wilayah Kota Yogyakarta hanya sebesar 47%. Hal itu menunjukkan minimnya tingkat pemahaman dan kesadaran pangkalan agen LPG dalam menggunakan metode non tunai tersebut.

Rumusan Masalah

Seberapa Besar 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?

Kerangka Teori

1. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon)

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Teori ini berasal dari aliran kognitif yang memandang bahwa perilaku individu merupakan respon dari stimulus, namun demikian dari dalam individu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya. Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar.

2. Teori Bandura

Teori ini mengungkapkan tentang adanya hubungan yang sifatnya interaktif antara perilaku, lingkungan, dan individu. Hal ini berarti sebuah perilaku bisa menyebabkan atau disebabkan oleh individu maupun lingkungan tertentu, demikian pula dengan lingkungan dan individu. Ketiganya bisa menjadi sebab sekaligus bisa pula menjadi akibat bagi yang lain. (Dr. Suciati. S.Sos, M.Si, 2015:43)

3. Teori Perkembangan Kognitif

Dalam pandangan Piaget, terdapat dua proses yang mendasari perkembangan dunia individu, yaitu pengorganisasian dan penyesuaian. (Rini, 2016). Teori Piaget sesuai dengan konstruktivisme yang memandang perkembangan kognitif sebagai suatu proses dimana peserta didik secara aktif membangun sistem makna dan pemahaman nyata menggunakan pengalaman dan interaksi yang dimiliki (Trianto, 2011: 14). Jean Piaget menyebut bahwa struktur kognitif sebagai skemata (*Schemas*), yaitu kumpulan dari skema-skema. Seseorang individu dapat mengikat, memahami dan memberikan respons terhadap stimulus disebabkan karena bekerjanya skemata ini. Skemata ini berkembang secara kronologis, sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya.

4. Teori Perubahan Perilaku

Kurt Lewin (1970) dalam teorinya berpendapat bahwa perilaku manusia adalah keadaan yang seimbang antara kekuatan-kekuatan pendorong (*driving forces*) dan kekuatan-kekuatan penahan (*restraining forces*). Perilaku itu dapat berubah apabila terjadi ketidakseimbangan antara kedua kekuatan tersebut didalam diri seseorang. Perilaku itu dapat berubah apabila terjadi ketidakseimbangan antara kedua kekuatan tersebut didalam diri seseorang. Sehingga ada tiga kemungkinan terjadinya perubahan perilaku pada diri seseorang itu, yakni :

- a. Kekuatan-kekuatan pendorong meningkat. Hal ini terjadi adanya stimulus-stimulus yang mendorong untuk terjadinya perubahan-perubahan perilaku. Stimulus ini berupa konseling, penyuluhan atau pemberian informasi sehubungan dengan perilaku yang bersangkutan.
- b. Kekuatan-kekuatan penahan menurun. Hal ini akan terjadi adanya stimulus-stimulus yang memperlemah kekuatan penahan tersebut.
- c. Kekuatan-kekuatan pendorong meningkat dan kekuatan-kekuatan penahan menurun. Dengan keadaan semacam ini jelas akan terjadi perubahan perilaku

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan, menguji hipotesis dari variabel-variabel penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pangkalan agen LPG yang ada di Kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling* dengan jumlah minimal 30 responden, maka dari itu dalam mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan. Pada penelitian ini sampel yang akan diambil oleh peneliti sekitar 90 responden.

Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi produk momen. Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan pada sekitar 90 responden dengan taraf nyata sebesar 0,05 atau 5%. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier, suatu persamaan regresi atau persamaan penduga dibentuk untuk menerangkan pola hubungan variabel-variabel apakah ada hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam hal ini, pengukuran tingkat persetujuan menggunakan skala yang dikembangkan dari skala *likert* yang merupakan skala interval (Sekaran, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki 18 pertanyaan yang dibagi menjadi 7 indikator dari dua variabel tingkat pemahaman dan tingkat partisipasi yaitu mengerti pesan sosialisasi program *cashless payment* pada pernyataan 1-10, menjelaskan kembali pesan sosialisasi program *cashless payment* pernyataan 11, yang ikut serta terlibat dalam menyampaikan saran dan pendapatnya pernyataan 12-13, mengenal atau mengetahui masalah yang terjadi pada sosialisasi program *cashless payment* pada pernyataan 14, mengkaji pilihan yang ada pada sosialisasi program *cashless payment* pada pernyataan 15, membuat keputusan untuk terlibat atau tidaknya pada sosialisasi program *cashless payment* pada pernyataan 16, dan memecahkan masalah yang terjadi pada sosialisasi program *cashless payment* pada pernyataan 17-18.

Dengan menetapkan taraf signifikan (α) sebesar 5%, item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai probabilitas tingkat kesalahan = 5% (0,05). Uji validitas menggunakan jumlah responden sebesar 90 responden ($n=90$), maka butir instrumen semua dinyatakan valid. Sebab koefisien korelasi variabel penelitian lebih besar dari r

tabel, dengan demikian layak untuk dimanfaatkan. Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Suatu pertanyaan/pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Nilai *Cronbach Alpha* untuk semua variabel lebih besar dari nilai signifikansi (0,6) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Pada penelitian ini juga terdapat informasi seputar jenis kelamin dan usia. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 52 responden atau 58% dari total responden dan responden berjenis kelamin pria sebanyak 38 responden atau 42%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan relatif sama. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan terkait pemahaman mengenai sosialisasi program *cashless payment* terhadap partisipasi pangkalan agen berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data karakteristik responden dilihat dari umur keseluruhan responden, mayoritas usia responden adalah usia dewasa dan usia tua dengan rentan umur kurang dari 50 tahun dimana responden sudah banyak yang beralih dari metode pembayaran tunai ke metode pembayara non tunai (*cashless payment*). Hal ini dikarenakan responden dengan usia dewasa lebih mudah dalam menerima materi aau pesan pada sosialisasi *cashless payment* sehingga lebih mudah untuk memahami dan kemudian menggunakan metode tersebut. Sedangkan untuk responden dengan usia yang lebih tua harus diberikan pemahaman lebih atau dibantu oleh beberapa pihak lainnya.

Hasil penghitungan koefisien regresi diperoleh persamaan regresi $Y=12,656+0,335X+e$. Berdasarkan persamaan tersebut penelitian ini memiliki arah pengaruhnya positif sebesar 0,335 dan memiliki t hitung yang bernilai positif juga. Koefisien regresi bertanda positif (searah) sebesar + 0,335, jika Tingkat Pemahaman Pesan Sosialisasi meningkat sebesar 1 satuan, maka Partisipasi Pangkalan Agen LPG juga akan meningkat sebesar 0,335. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji nilai T menggunakan $\alpha = 5\%$. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka variabel (X) tidak berpengaruh terhadap variabel (Y). Selain itu pengujian hipotesis juga dapat diketahui dengan melihat nilai probabilitas (sig.) kurang dari 5% maka hipotesis diterima. Jika nilai probabilitas (sig.) lebih dari 5% maka hipotesis ditolak. Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung pada variabel tingkat pemahaman sebesar 6,457 pada tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung $>$ t tabel (nilai probabilitas $<$ 0,05) maka hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara tingkat pemahaman pesan sosialisasi *cashless payment* (x) dengan tingkat partisipasi pangkalan agen LPG (y). Hasil analisis

regresi linier sederhana menunjukkan bahwa keputusan pangkalan agen LPG dalam menggunakan metode *cashless payment* dipengaruhi oleh 1 variabel yaitu pemahaman pesan sosialisasi *cashless payment* sebesar 32,1 %, sisanya yaitu 67,9 % pangkalan agen melakukan penggunaan metode *cashless payment* dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh kontribusi tingkat pemahaman pesan terhadap tingkat partisipasi yang hanya sebesar 32,1 % disebabkan adanya beberapa kendala di lapangan diantaranya yaitu masih ada beberapa pangkalan agen yang berusia lanjut sehingga kurang begitu mengerti penggunaan *cashless payment* melalui *handphone*, selain itu pangkalan agen LPG yang berusia lanjut juga cukup sulit untuk diberikan pemahaman sehingga perlu dilakukan sosialisasi terus-menerus. Selain faktor dari pangkalan agen LPG, kendala secara operasional dari pihak Bank yang bekerjasama dengan PT. Pertamina juga merupakan salah satu faktor dimana masih ada pangkalan agen LPG yang belum memahami *cashless payment*. Keuntungan dengan adanya program *cashless payment* memudahkan untuk melakukan pengawasan dan monitoring harga jual di tingkat agen terhadap pangkalan agen, memperbaiki tata niaga keagenan LPG agar lebih efisien dan terorganisir dengan baik, serta sebagai bentuk edukasi kepada agen dan pangkalan agen untuk dapat bertransaksi secara tunai.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pangkalan agen LPG sebelum menggunakan metode pembayaran non tunai atau *cashless payment* adalah pemahaman pesan saat dilakukannya sosialisasi. Pemahaman pesan sosialisasi yang menonjol inilah merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi keputusan responden atau pangkalan agen LPG untuk berpartisipasi menggunakan metode *cashless payment*. Hal ini sesuai dengan teori pembingkai pesan dimana pilihan dan keputusan seseorang dipengaruhi tidak saja oleh isi informasi yang dikomunikasi tetapi juga oleh cara informasi itu disajikan. Informasi yang disampaikan dapat menekankan pada manfaat potensial yang akan diperoleh jika informasi yang disampaikan dipatuhi atau kerugian potensial yang akan dihadapi jika informasi yang disampaikan tidak dipatuhi (Tvresky dan Kahneman, 1981). Secara teoritis, hasil penelitian ini didukung oleh teori Bandura dimana teori ini mengungkapkan adanya hubungan antara perilaku, lingkungan, dan individu. Lingkungan dapat mempengaruhi masuknya pengetahuan atau pemahaman individu karena adanya interaksi timbal balik yang diterima atau tidak diterima oleh individu yang menjadi pengetahuan bagi mereka. Lingkungan merupakan semua aspek yang berada disekitar individu, baik sosial, fisik atau biologis. Meskipun tingkat pemahaman pesan sosialisasi sudah terbukti mempunyai hubungan yang linier terhadap tingkat partisipasi, namun perlu diperhatikan juga ada beberapa faktor yang menghambat tingkat pemahaman seseorang yakni pendidikan, pengalaman, media massa, usia, dan budaya.

Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah dia menerima informasi, sehingga semakin luas tingkat pengetahuannya dan pemahamannya. Pengalaman sebagai sumber pengetahuan merupakan suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan mengulang kembali pengetahuan dengan memahami apa yang didapatkan saat memecahkan masalah di waktu yang lalu. Media massa berperan sebagai pembawa informasi yang menyampaikan berbagai pesan yang dapat mengarahkan opini seseorang. Usia dapat mempengaruhi pola pikir dan daya tangkap seseorang. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin berkembang juga pola pikir dan daya tangkapnya sehingga pemahaman yang diterimanya akan semakin baik. Selain itu, budaya yang merupakan kebiasaan dan tradisi dalam masyarakat dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mereka walaupun mereka tidak melakukannya.

Selain faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman, ada juga beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi yaitu status sosial dan ekonomi, kesadaran, dan kepercayaan. Seseorang yang memiliki status sosial dan ekonomi yang tinggi diperkirakan tidak hanya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang tinggi, tetapi juga memiliki perhatian dan minat yang tinggi. Kesadaran akan hak dan kewajibannya yang menyangkut tentang pengetahuan atau pemahaman seseorang dan menyangkut minat dan perhatian seseorang tempat dimana dia berada menjadi suatu pertanggung jawaban bersama. Kepercayaan terhadap suatu instansi (PT. Pertamina) ialah penilaian seseorang terhadap instansi tersebut apakah ia menilai instansi dapat dipercaya atau tidak dan dapat dipengaruhi atau tidak, baik dalam pembuatan kebijakan-kebijakan atau pelaksanaan kegiatan atau suatu program kerja. Berdasarkan beberapa faktor tersebut, maka diperlukan penelitian selanjutnya yang memperhitungkan faktor-faktor itu untuk mengetahui sejauh mana atau seberapa besar hambatan yang diberikan terhadap tingkat pemahaman terhadap tingkat partisipasi.

KESIMPULAN

Pengaruh kontribusi tingkat pemahaman pesan terhadap tingkat partisipasi yang hanya sebesar 32,1 % disebabkan adanya beberapa kendala di lapangan diantaranya yaitu masih ada beberapa pangkalan agen yang berusia lanjut sehingga kurang begitu mengerti penggunaan *cashless payment* melalui *handphone*, selain itu pangkalan agen LPG yang berusia lanjut juga cukup sulit untuk diberikan pemahaman sehingga perlu dilakukan sosialisasi terus-menerus. Selain faktor dari pangkalan agen LPG, kendala secara operasional dari pihak Bank yang bekerjasama dengan PT. Pertamina juga merupakan salah satu faktor dimana masih ada pangkalan agen LPG yang belum memahami *cashless payment*. Keuntungan dengan adanya program *cashless payment* memudahkan untuk melakukan pengawasan dan monitoring harga jual di tingkat agen terhadap pangkalan agen, memperbaiki tata niaga keagenan LPG agar lebih efisien dan terorganisir dengan

baik, serta sebagai bentuk edukasi kepada agen dan pangkalan agen untuk dapat bertransaksi secara tunai.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman terhadap tingkat partisipasi sebesar 67,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini antara lain yaitu status sosial dan ekonomi, kesadaran, dan kepercayaan. Selain faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi, ada juga beberapa faktor yang menghambat tingkat pemahaman seseorang yakni pendidikan, pengalaman, media massa, usia, dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- A.Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Dahar, Ratna Willis. 2011. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Dokumen Risalah Format CIP 2015 SS *Cashless Payment* PT. Pertamina Marketing Branch DIY & Surakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hosland, et al (1953) dalam Notoatmodjo, Soekidjo . 1997. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rahmani, Ima Sri. 2005. “*Analisis Sosial Psikologis Perkembangan dan Penanganan Penyakit Menular*”. Buletin Psikologi, Volume 13, No 2, Desember 2005
- Rakhmat, Jalalludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Suciati. 2015. *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta
- Suciati. 2017. *Teori Komunikasi dalam Multi Pespektif*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta

Sumber Internet:

- http://www.pertamina.com/media/4e314389-d0ce-49b2-b3c3-298916acf081/Energia_021115.pdf diakses pada 3 Januari 2018
- <https://media.neliti.com/media/publications/193555-ID-pengaruh-sosialisasi-perpajakan-terhadap.pdf> diakses pada 7 Januari 2018
- <https://repository.unri.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1677/jurnal%20putra%20Obudi%20setywan.pdf?sequence=1> diakses pada 7 Januari 2018
- <http://e-journal.uajy.ac.id/4619/1/JURNAL.pdf> diakses pada 12 Januari 2018

http://www.pertamina.com/media/4e314389-d0ce-49b2-b3c3-298916acf081/Energia_021115.pdf diakses pada 26 Januari 2018

<https://inoerofik.files.wordpress.com/2014/11/teori-piaget.pdf> diakses pada 26 Januari 2018

<http://eprints.uny.ac.id/9785/2/Bab%20%20-05101241004.pdf> diakses pada 26 Januari 2018

<http://digilib.uinsby.ac.id/13406/30/Bab%202.pdf> diakses pada 27 Januari 2018

<http://digilib.uin-suka.ac.id/2620/1/BAB%20I,V.pdf> diakses pada 27 Januari 2018

<https://www.membumikanpendidikan.com/2015/02/teori-perkembangan-kognitif-jean-piaget.html> diakses pada 30 Januari 2018

<https://isip.usni.ac.id/jurnal/Sri%20Desti%20Purwatiningsih.pdf> diakses pada 30 Januari 2018

www.pertamina.com diakses pada tanggal 10 Februari 2018

<http://www.pengertianku.net/2015/06/pengertian-struktur-organisasi-dan-fungsinya.html> diakses pada tanggal 10 Februari 2018

http://cdn.apk-cloud.com/detail/screenshot/Rws2HqV6bGEBnbWymm4xkx6Rw5JcbVtTi_R7FEi5hMuV0b53NOnrcOf5Z2Nfe_-4wdE=h900.png diakses pada 10 Februari 2018

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/2821/BAB%20II.pdf?sequence=5&isAllowed=y> diakses pada 2 April 2018

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/6401/buku%20BU%20INDAH.doc?sequence=1&isAllowed=y> diakses pada 2 April 2018