

DAFTAR ISI

Uraian	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah	8
1.2.1 Rumusan Masalah.....	8
1.2.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	10
1.5.1 Ruang Lingkup	10
1.5.2 Pengertian Istilah	11
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	12
1.6.1 Kerangka Pemikiran	12
1.6.2 Hipotesis	21
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Persuasi	28
2.2.1 Pengertian Komunikasi Persuasi.....	28
2.2.2 Teknik Persuasi dalam Komunikasi	29
2.2.3 Teori <i>Instrumental Model Of Persuasion</i>	31
2.3 Tinjauan tentang Kampanye <i>Public Relations</i>	33
2.3.1 Pengertian Kampanye <i>Public Relations</i>	33
2.3.2 Model Proses Komunikasi dalam Kampanye	36
2.3.3 Jenis-jenis Kampanye	41
2.3.4 Teknik Kampanye <i>Public Relations</i>	41
2.4 Sanksi.....	42
2.5 Sikap Kedisiplinan	43
2.5.1 Tinjauan Mengenai Sikap Manusia.....	43
2.5.2 Komponen Sikap Manusia	45
2.5.3 Pengertian Kedisiplinan	49

Uraian	Halaman
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	52
3.1.1 Sejarah Dishub Kota Bandung.....	52
3.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi.....	52
3.1.3 Visi dan Misi Dishub Kota Bandung.....	53
3.1.4 Struktur Organisasi Dishub Kota Bandung.....	54
3.1.5 Penghargaan yang Diperoleh.....	54
3.2 Metodologi Penelitian.....	55
3.2.1 Metode Penelitian.....	55
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.2.3 Operasional Variabel.....	57
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	62
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
4.1.1 Uji Validitas.....	69
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.2 Analisis Deskriptif Data Responden.....	71
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	72
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	73
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	74
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	75
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan.....	76
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Kepemilikan SIM.....	76
4.2.8 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melewati Jalan Otista Bandung.....	77
4.2.9 Karakteristik Berdasarkan Pernah Parkir pada Tempat yang Dilarang.....	78
4.2.10 Pengalaman Terkena Kunci Gembok Kendaraan....	79
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	80
4.3.1 Deskripsi Data Mengenai Tanggapan Responden Terhadap Kampanye Sanksi Kunci Roda Kendaraan.....	81
4.3.1.1 Sub Variabel Komunikator Kampanye (X1)	81
4.3.1.2 Sub Variabel Pesan Kampanye (X2).....	92
4.3.1.3 Sub Variabel Media Kampanye (X3).....	104
4.3.2 Variabel Kedisiplinan Pengendara (Y).....	112
4.3.2.1 Sub Variabel Kognisi (Y1).....	114
4.3.2.2 Sub Variabel Afeksi (Y2).....	117
4.3.2.3 Sub Variabel Konasi (X3).....	120

Uraian	Halaman
4.4 Hubungan antara Kampanye Sanksi Sistem Kunci Roda Kendaraan (X) dengan Kedisiplinan Pengendara.....	127
4.4.1 Hubungan antara Komunikator Kampanye (X1) dengan Kedisiplinan Pengendara.....	129
4.4.2 Hubungan antara Pesan Kampanye (X2) dengan Kedisiplinan Pengendara	130
4.4.3 Hubungan antara Media Kampanye (X3) dengan Kedisiplinan Pengendara	132
4.5 Pembahasan Data	134
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	142
5.2 Saran-saran	143
5.2.1 Saran Praktis	143
5.2.2 Saran Teoritis.....	144
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	149

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Kepemilikan Kendaraan Bermotor Di Indonesia	1
Tabel 1.2	Hasil Penertiban dari Pelanggaran Parkir Tahun 2013 – 2014...	5
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye Sanksi Sistem Kunci Roda Kendaraan (X)	68
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kedisiplinan Pengendara (Y)	69
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Penelitian	69
Tabel 4.4	Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4.5	Umur Responden	71
Tabel 4.6	Domisili (Tempat Tinggal) Responden	72
Tabel 4.7	Pendidikan Responden.....	73
Tabel 4.8	Jenis Pekerjaan Responden	74
Tabel 4.9	Kepemilikan Kendaraan	75
Tabel 4.10	Kepemilikan SIM.....	76
Tabel 4.11	Seberapa Sering Melewati Jalan Otista Bandung	76
Tabel 4.12	Parkir pada Tempat yang Dilarang	77
Tabel 4.13	Kendaraan Anda Terkena Kunci Roda Kendaraan.....	78
Tabel 4.14	Petugas menguasai materi Peraturan mengenai Sanksi Kunci Roda Kendaraan.....	81
Tabel 4.15	Petugas mampu menginformasikan peraturan kepada masyarakat	82
Tabel 4.16	Petugas tidak bersikap pilih kasih dalam memberikan sanksi dan penjelasan terhadap masyarakat.....	83
Tabel 4.17	Penampilan petugas rapi, menarik dan menggunakan seragam resmi.....	84
Tabel 4.18	Sikap petugas simpatik dalam memberikan penjelasan.....	85
Tabel 4.19	Petugas bersikap tegas dalam memberikan sanksi	86
Tabel 4.20	Petugas memahami situasi dan kondisi masyarakat yang melanggar peraturan	87
Tabel 4.21	Persepsi Responden mengenai Sub Variabel Komunikator Kampanye (X1)	89
Tabel 4.22	Isi peraturan mengenai sanksi	91
Tabel 4.23	Dapat memahami tujuan dan peraturan.....	92
Tabel 4.24	Isi peraturan sesuai dengan kepentingan masyarakat Kota Bandung	93
Tabel 4.25	Kata-kata yang digunakan dalam kampanye melalui spanduk dan stiker cukup jelas terbaca	95

Tabel	Halaman
Tabel 4.26	Sanksi bagi yang melanggar peraturan selalu di ulang dalam media kampanye..... 96
Tabel 4.27	Istilah yang digunakan dalam spanduk dan stiker mudah dimengerti 97
Tabel 4.28	Terdapat argumentasi/alasan yang masuk akal dari latar belakang adanya Perda NO. 16 Tahun 2012 98
Tabel 4.29	Terdapat penjelasan mengenai pemberian sanksi bagi pelanggaran terhadap Perda No. 16 Tahun 2012..... 99
Tabel 4.30	Terdapat Penjelasan mengenai dampak positif bagi masyarakat yang menaati Perda No. 16 Tahun 2012..... 100
Tabel 4.31	Persepsi Responden mengenai Sub Variabel Pesan Kampanye Pesan Kampanye (X2) 101
Tabel 4.32	Terdapat banyak media informan yang berisi kampanye Perda No. 16 Tahun 2012 103
Tabel 4.33	Media kampanye Perda No.16 Tahun 2012 beragam..... 104
Tabel 4.34	Media kampanye Perda No.16 Tahun 2012 menarik untuk dibaca 105
Tabel 4.35	Memiliki perhatian yang tinggi untuk membaca media kampanye yang berisikan Perda No.16 Tahun 106
Tabel 4.36	Persepsi responden mengenai Sub Variabel Media Kampanye (X3)..... 107
Tabel 4.37	Persepsi responden mengenai kampanye sanksi sistem kunci roda kendaraan (X) 109
Tabel 4.38	Mengetahui adanya sanksi kunci roda kendaraan..... 112
Tabel 4.39	Sanksi dapat menertibkan parkir liar atau parkir disembarang tempat di Kota Bandung 113
Tabel 4.40	Dinas Perhubungan Kota Bandung bersungguh sungguh dalam menegakkan peraturan mengenai parkir 114
Tabel 4.41	Persepsi responden mengenai Sub Variabel Kognisi (Y1)..... 115
Tabel 4.42	Menyukai adanya sanksi kunci roda kendaraan terhadap pelanggar..... 116
Tabel 4.43	Puas dengan adanya sanksi kunci roda kendaraan terhadap pelanggar..... 117
Tabel 4.44	Persepsi responden mengenai Sub Variabel Afeksi (Y2)..... 118
Tabel 4.45	Setuju adanya sanksi sebagai cara untuk menegakkan peraturan mengenai parkir 120
Tabel 4.46	Bersedia menaati apabila terkena sanksi 121
Tabel 4.47	Perda No.16 Tahun 2012 beserta sanksi membuat anda tidak akan memarkir kendaraan di tempat yang dilarang 122
Tabel 4.48	Persepsi responden mengenai Sub Variabel Konas (Y3) 123
Tabel 4.49	Persepsi responden mengenai Kedisiplinan Pengendara (Y) 124
Tabel 4.50	Hubungan antara kampanye sanksi sistem kunci roda kendaraan dengan kedisiplinan pengendara (Y)..... 126

Tabel		Halaman
Tabel 4.51	Hubungan antara Komunikator Kampanye (X1) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y).....	128
Tabel 4.52	Hubungan antara Pesan Kampanye (X2) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y)	130
Tabel 4.53	Hubungan antara Media Kampanye (X3) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y)	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.3 <i>Characteristics Of The Communication Situation</i>	13
Gambar 1.4 Model Jarum Hipodermik	17
Gambar 1.5 Bagan Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2.1 <i>Characteristics Of The Communication Situation</i>	32
Gambar 2.2 Model Komunikasi SMCRE	37
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dishub Kota Bandung.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian	150
Lampiran 2	Coding Sheet	157
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	163
Lampiran 4	Output SPSS	165
Lampiran 5	Surat Izin/Pengantar Penelitian dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.....	168
Lampiran 6	Surat Izin/Konfirmasi/bukti penelitian telah dilaksanakan di Dinas Perhubungan Kota Bandung	169
Lampiran 7	Rekapitulasi Pelanggar Kendaraan Roda 2 Dan Roda 4	170
Lampiran 8	Media Sosialisasi.....	171
Lampiran 9	Riwayat Hidup.....	177