



**PENGARUH KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM  
@lrt\_jabodebek TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA LRT  
JABODEBEK**  
(Survei pada *followers* akun *Instagram* LRT Jabodebek)

**LAPORAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI**

**44221010190**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI  
NIM : 44221010190  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi Akun  
Instagram @lrt\_jabodebek Terhadap  
Pembentukan Citra LRT Jabodebek

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 10 Juni 2025



SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## HALAMAN PENGESAHAN

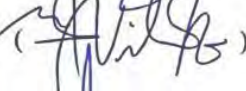
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI  
NIM : 44221010190  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi Akun  
Instagram @lrt\_jabodebek Terhadap  
Pembentukan Citra LRT Jabodebek

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Rizky Oktarina Costa, M.Ikom  
NIDN : 0324108303  
Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si  
NIDN : 0319027201  
Penguji Ahli : Cherry Kartika, M.Ikom  
NIDN : 0311067504

(  )  
(  )  
(  )

Jakarta, 14 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI  
NIM : 44221010190  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram  
@lrt\_jabodebek Terhadap Pembentukan Citra  
LRT Jabodebek

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,



(SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : SHABILLA ALFI RIZQI PUTRI  
NIM : 44221010190  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Pengaruh Kualitas informasi Akun Instagram @lrt\_jabodebek terhadap Pembentukan Citra LRT Jabodebek”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Juni 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 28%



Jakarta, 14 Juni 2025  
Administrator Turnitin

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizki Agustin. S.Kom', is written over a faint, light blue grid background.

Rizki Agustin. S.Kom

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## ABSTRAK

Nama : Shabilla Alfi Rizqi Putri  
NIM : 44221010190  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi Akun *Instagram*  
@lrt\_jabodebek Terhadap Pembentukan Citra LRT  
Jabodebek  
Pembimbing : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom

Komunikasi perusahaan telah berkembang pesat mengikuti perkembangan teknologi, dimana saat ini berbagai lembaga dan organisasi, termasuk juga lembaga transportasi umum telah menggunakan media sosial untuk membangun citranya. Informasi yang disebar oleh media sosial mendapat menjangkau audiens yang sangat luas dalam waktu singkat, sehingga kualitas informasi di media sosial sangat penting dalam pembentukan citra perusahaan. Dalam rangka membangun identitas dan citra perusahaan, humas didorong dengan mengadaptasi penggunaan media digital termasuk *Instagram* yang dinilai efektif bagi praktisi kehumasan untuk menyebarkan informasi yang transparan kepada masyarakat. Oleh karena itu, kualitas informasi yang dimuat di dalam platform tersebut harus benar-benar akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap. Kualitas informasi menjadi aset penting yang harus dijaga oleh perusahaan dalam membentuk citra.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas Informasi Akun *Instagram*@lrt\_jabodebek Terhadap Pembentukan Citra LRT Jabodebek. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden melalui pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei berbasis kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 30. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X (Kualitas Informasi) dan Y (Citra Perusahaan) dengan presentase sebesar 60% pada variable Citra LRT Jabodebek dipengaruhi oleh variable Kualitas Informasi, sedangkan sisanya 40% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti oleh penulis. Berdasarkan hasil olah data didapatkan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,775 atau dapat diartikan bahwa hubungan variable Kualitas Informasi (X) mempunyai hubungan yang kuat atau positif terhadap variable Citra Perusahaan (Y). Hasil pengujian secara parsial (Uji T) pengaruh Kualitas Informasi (X) terhadap Citra Perusahaan (Y) memperoleh nilai t hitung sebesar 12.122 > 1.987 (t table) sehingga  $H_0$  diterima yang menunjukkan variabel Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap variabel Citra Perusahaan.

**Kata Kunci :** Kualitas Informasi, *Instagram*, Citra Perusahaan, LRT Jabodebek.

## ABSTRACT

Name : Shabilla Alfi Rizqi Putri  
NIM : 44221010190  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Thesis Report Title : *The Influence of Quality Information @lrt\_jabodebek account on the Corporate Image Formation of LRT Jabodebek.*  
Counsellor : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom

Corporate communication has developed rapidly following the development of technology, where currently various institutions and organizations, including public transportation agencies, have used social media to build their image. Information disseminated by social media can reach a very wide audience in a short time, so the quality of information on social media is very important in shaping the company's image. In order to build the company's identity and image, public relations are encouraged to adapt the use of digital media including Instagram which is considered effective for public relations practitioners to disseminate transparent information to the public. Therefore, the quality of information posted on the platform must be accurate, timely, relevant and complete. The quality of information is an important asset that must be maintained by the company in shaping its image.

This study aims to determine the extent of the influence of the Information Quality of the @lrt\_jabodebek Instagram Account on the Jabodebek LRT Image Formation. This study used a sample of 100 respondents through non-probability sampling with purposive sampling technique. The research method uses a quantitative approach through a questionnaire-based survey method processed using SPSS version 30. The results of the analysis show that there is an influence between variables X (Information Quality) and Y (Company Image) with a percentage of 60% on the Jabodebek LRT Image variable influenced by the Information Quality variable, while the remaining 40% is influenced by other variables not examined by the author. Based on the results of data processing, the correlation coefficient value is 0.775 or it can be interpreted that the relationship between the Information Quality variable (X) has a strong or positive relationship with the Company Image variable (Y). The results of partial testing (T test) the effect of Information Quality (X) on Company Image (Y) obtained a t value of  $12.122 > 1.987$  (t table) so that  $H_a$  is accepted which shows that the Information Quality variable has a positive effect on the Company Image variable.

**Keywords:** Quality Information, Instagram, Corporate Image, LRT Jabodebek.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kapda Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @lrt\_jabodebek terhadap Pembentukan Citra LRT Jabodebek”*. Peneliti ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan pada Mata Kuliah Tugas Akhir di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rizky Oktarina Costa, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan penuh kesabaran memberikan waktu, bimbingan, serta berbagai masukan yang sangat berharga dalam proses penelitian ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang telah bersedia mendampingi penulis selama masa studi.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Warung Buncit dan Menteng.
6. Ibu Siti Muslichatul M, S.Ikom, M.Ikom, selaku Sekretaris Program Studi Public Relations
7. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Si, selaku dosen pengampu Mata Kuliah Riset Komunikasi, yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama proses perkuliahan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama proses studi.

9. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, yang tak henti-hentinya memberikan cinta, doa, dan dukungan moral maupun materiil kepada penulis.
10. Sahabat penulis: Sherly Fitrianisa, Andi Diva Nur Refkinta, Khansa Naila, Rachma Fadhilah, Shifa Nuraini Madina Putri, Saddatina Mutiara, Ayu Komala Sari, serta rekan-rekan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala semangat, bantuan, dan kebersamaannya sejak awal hingga akhir proses penelitian ini.
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, atas semangat tak pernah padam, kerja keras tanpa kenal lelah, dan komitmen untuk terus maju bahkan di saat sulit.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, segala bentuk kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata, menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, serta memperluas wawasan pembaca dalam bidang yang relevan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan petunjuk-Nya kepada kita semua.

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

Jakarta, 17 Mei 2025

Shabilla Alfi Rizqi Putri

## DAFTAR ISI

|                                                          |             |
|----------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b> | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                          | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>     | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN SIMILIRITY CHECK.....</b>                  | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                     | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                               | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                      | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                | 11          |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                               | 11          |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                              | 12          |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                             | 12          |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....                             | 12          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                      | <b>13</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                            | 13          |
| 2.2.1 Kajian Teoritis .....                              | 20          |
| 2.2.1 Teori S-O-R .....                                  | 20          |
| 2.2.2 Komunikasi Korporat .....                          | 24          |
| 2.2.2 Public Relations .....                             | 26          |
| 2.2.3 Kualitas Informasi.....                            | 29          |
| 2.2.4 Citra Perusahaan .....                             | 31          |
| 2.2.4 Media Sosial .....                                 | 37          |
| 2.2.2 Hipotesis Penelitian .....                         | 42          |
| 2.2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....                    | 42          |

|                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                | <b>46</b>  |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....                                            | 46         |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                               | 46         |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                             | 47         |
| 3.3.1 Populasi .....                                                      | 47         |
| 3.3.2 Sampel .....                                                        | 48         |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....                                       | 49         |
| 3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep .....                            | 50         |
| 3.4.1 Definisi Konsep .....                                               | 50         |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....                                       | 53         |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                         | 54         |
| 3.5.1 Data Primer .....                                                   | 54         |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                                                 | 55         |
| 3.6 Uji Validitas dan Realibilitas .....                                  | 56         |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                                 | 56         |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                              | 61         |
| 3.7 Teknik Analisa Data .....                                             | 66         |
| 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                                 | 66         |
| 3.7.2 Analisis Statistik Inferensial .....                                | 66         |
| 3.7.3 Analisis Data Handal dan Tidak Handal Dimensi Variabel X dan Y .... | 70         |
| <b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                 | <b>82</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                  | 82         |
| 4.1.1 Visi dan Misi LRT Jabodebek .....                                   | 86         |
| 4.1.2 Struktur Organisasi LRT Jabodebek .....                             | 86         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                | 89         |
| 4.2.1 Data Responden .....                                                | 89         |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif .....                                           | 93         |
| 4.2.3 Uji Regresi Linier Sederhana .....                                  | 115        |
| 4.2.4 Uji Hipotesis .....                                                 | 116        |
| 4.3 Pembahasan .....                                                      | 118        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                     | <b>128</b> |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 5.1 Kesimpulan.....         | 128        |
| 5.2 Saran.....              | 128        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....  | 128        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....   | 128        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>130</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        | <b>133</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1. 1 Penggunaan Internet dan Media Sosial Tahun 2024.....                                                                      | 3   |
| Gambar 1. 2 Akun <i>Instagram</i> LRT Jabodebek (diakses bulan Mei 2024) .....                                                        | 4   |
| Gambar 1. 3 Komentar Netizen Terkait Informasi Tarif LRT Jabodebek dalam Postingan <i>Instagram</i> @lrt_jabodebek (29 Mei 2024)..... | 5   |
| Gambar 1. 4 Komentar Netizen Terkait Informasi Tarif LRT Jabodebek .....                                                              | 7   |
| Gambar 1. 5 Komentar Netizen Terkait Peta Layanan dan Rute Integrasi .....                                                            | 8   |
| Gambar 1. 6 Komentar Netizen Terkait Peta Layanan dan Rute Integrasi .....                                                            | 9   |
| Gambar 1. 7 Komentar Netizen Terkait Peta Layanan dan Rute Integrasi .....                                                            | 10  |
| Gambar 2. 1 Proses Stimulus-Organism-Response (S-O-R) .....                                                                           | 23  |
| Gambar 2. 2 Conceptual Model of Company's Image Formation in Social Media .....                                                       | 32  |
| Gambar 2. 3 Model Pembentukan Citra Soemirat dan Ardianto .....                                                                       | 36  |
| Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir .....                                                                                                   | 43  |
| Gambar 3. 1 Instagram Profile LRT Jabodebek, Maret 2024 .....                                                                         | 48  |
| Gambar 3. 2 Uji Validitas Kualitas Informasi (X).....                                                                                 | 58  |
| Gambar 3. 3 Uji Validitas Citra Perusahaan (Y).....                                                                                   | 60  |
| Gambar 3. 4 Case Processing Summary X.....                                                                                            | 63  |
| Gambar 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel X.....                                                                                          | 63  |
| Gambar 3. 6 Item-Total Statistics Variabel X.....                                                                                     | 64  |
| Gambar 3. 7 Case Processing Summary Y .....                                                                                           | 64  |
| Gambar 3. 8 Uji Reliabilitas Variabel Y .....                                                                                         | 64  |
| Gambar 3. 9 Item-Total Statistics Variabel Y .....                                                                                    | 65  |
| Gambar 4. 1 LRT Jabodebek .....                                                                                                       | 82  |
| Gambar 4. 2 Gerbong LRT Jabodebek .....                                                                                               | 84  |
| Gambar 4. 3 Akun <i>Instagram</i> LRT Jabodebek (diakses bulan Mei 2024) .....                                                        | 85  |
| Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Divisi LRT Jabodebek Part of KAI.....                                                                 | 88  |
| Gambar 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                                                                     | 115 |
| Gambar 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....                                                                                   | 116 |
| Gambar 4. 7 Hasil Uji T .....                                                                                                         | 117 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                     | 17  |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep .....                                  | 53  |
| Tabel 3. 2 Pembobotan Skor Skala Likert.....                              | 55  |
| Tabel 3. 3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ..... | 57  |
| Tabel 3. 4 Nilai Koefisien Korelasi (r) Variabel X .....                  | 58  |
| Tabel 3. 5 Nilai Koefisien Korelasi (r) Variabel Y .....                  | 60  |
| Tabel 3. 6 Pengukuran Keandalan Kuesioner .....                           | 62  |
| Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y .....                           | 65  |
| Tabel 3. 8 Total Skor Dimensi Akurat .....                                | 70  |
| Tabel 3. 9 Total Skor Dimensi Tepat Waktu .....                           | 72  |
| Tabel 3. 10 Total Skor Dimensi Relevan .....                              | 73  |
| Tabel 3. 11 Total Skor Dimensi Lengkap .....                              | 74  |
| Tabel 3. 12 Total Skor Dimensi Personality.....                           | 76  |
| Tabel 3. 13 Total Skor Dimensi Personality.....                           | 77  |
| Tabel 3. 14 Total Skor Dimensi Value .....                                | 78  |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....                                  | 89  |
| Tabel 4. 2 Usia Responden.....                                            | 90  |
| Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden .....                            | 91  |
| Tabel 4. 4 Domisili Responden.....                                        | 91  |
| Tabel 4. 5 Tanggapan X1 .....                                             | 93  |
| Tabel 4. 6 Tanggapan X2 .....                                             | 94  |
| Tabel 4. 7 Tanggapan X3.....                                              | 95  |
| Tabel 4. 8 Tanggapan X4.....                                              | 96  |
| Tabel 4. 9 Tanggapan X5.....                                              | 96  |
| Tabel 4. 10 Tanggapan X6.....                                             | 97  |
| Tabel 4. 11 Tanggapan X7 .....                                            | 98  |
| Tabel 4. 12 Tanggapan X8.....                                             | 99  |
| Tabel 4. 13 Tanggapan X9.....                                             | 100 |
| Tabel 4. 14 Tanggapan X10 .....                                           | 100 |
| Tabel 4. 15 Tanggapan X11 .....                                           | 101 |
| Tabel 4. 16 Tanggapan X12.....                                            | 102 |
| Tabel 4. 17 Tanggapan X13.....                                            | 103 |
| Tabel 4. 19 Tanggapan Y1.....                                             | 104 |
| Tabel 4. 20 Tanggapan Y2.....                                             | 104 |
| Tabel 4. 21 Tanggapan Y3.....                                             | 105 |
| Tabel 4. 22 Tanggapan Y4.....                                             | 106 |
| Tabel 4. 23 Tanggapan Y5.....                                             | 107 |
| Tabel 4. 24 Tanggapan Y6.....                                             | 107 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| Tabel 4. 25 Tanggapan Y7.....  | 109 |
| Tabel 4. 26 Tanggapan Y8.....  | 109 |
| Tabel 4. 27 Tanggapan Y9.....  | 110 |
| Tabel 4. 28 Tanggapan Y10..... | 111 |
| Tabel 4. 29 Tanggapan Y11..... | 112 |
| Tabel 4. 30 Tanggapan Y12..... | 112 |
| Tabel 4. 31 Tanggapan Y13..... | 113 |
| Tabel 4. 32 Tanggapan Y14..... | 114 |

