

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini sangat cepat seiring dengan kebutuhan informasi dan pertumbuhan tingkat kecerdasan manusia. Sekarang ini telah banyak sistem informasi berbasis aplikasi yang digunakan untuk menunjang dan menyelesaikan permasalahan yang biasanya timbul dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi pemerintahan.

Informasi merupakan salah satu kebutuhan didalam suatu instansi, perusahaan, organisasi, lembaga serta masyarakat di luar perusahaan. Informasi di anggap sangat penting karena dengan adanya informasi dapat menambah pengetahuan, mengurangi ketidakpastian resiko dan kegagalan, serta dapat membantu para pemimpin dalam mengambil suatu kesimpulan dan keputusan yang efektif dan efisien. Teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan mutu dan kualitas perusahaan. Hal ini dikarenakan teknologi perangkat lunak sistem informasi yang merupakan bagian dari teknologi informasi memebrikan keuntungan dan peningkatan kualitas terhadap sebuah perusahaan.

Pada jaman yang *modern* seperti sekarang ini kebutuhan informasi sudah menjadi kebutuhan yang primer. Setiap orang pasti membutuhkan informasi dalam hidupnya, karena dengan informasi seseorang dapat mengetahui segala sesuatu yang sedang terjadi di dunia ini. Selain itu informasi juga berperan penting dalam mengambil keputusan, baik untuk di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Masyarakat membutuhkan informasi yang singkat, padat, jelas, dan pastinya *real time*. Hal ini disebabkan perkembangan informasi yang sudah memasuki dunia *digital*. Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan masyarakat semakin meningkat, perusahaan semakin berlomba – lomba untuk membuat suatu inovasi terbaru yang mampu memenuhi kebutuhan informasi dan

meningkatkan kualitas pelayanan secara cepat kepada pelanggan (*customer*).

Salah satu fungsi komunikasi adalah Sosialisasi, sosialisasi ialah menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai – nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif. Kemudian dalam arti lain sosialisasi ialah proses belajar yang dilakukan seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang didapat dan diakui dalam masyarakat.

Komunikasi merupakan unsur yang penting dalam hidup bermasyarakat. Karena merupakan salah satu faktor untuk menciptakan interaksi sosial dan hubungan sosial. tanpa adanya komunikasi antar anggota masyarakat, proses sosialisasi tidak akan dapat berlangsung. Jadi, dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal.

Di dalam sebuah perusahaan, instansi atau organisasi komunikasi memiliki peran yang penting karena komunikasi yang efektif akan mampu terciptanya pencapaian visi dan misi perusahaan itu sendiri. Proses komunikasi dalam sebuah perusahaan diatur oleh seorang praktisi *Public Relations* (PR), selain itu *Public Relations* dapat berperan dalam berbagai bidang pembangunan seperti dari sektor kehidupan, ekonomi, politik, dan sosial maupun budaya. *Public Relations* juga merupakan serangkaian usaha untuk menjaga reputasi dengan tujuan memperoleh pengertian atau pemahaman dan dukungan, serta mempengaruhi opini perilakunya.

Disuatu organisasi terdapat komunikasi yang akan dilakukan baik komunikasi secara internal maupun eksternal kepada khalayak yang dituju, dengan adanya komunikasi disetiap organisasi akan terdapat komunikasi internal yang diperlukan baik itu dari atasan ke bawahan maupun sebaliknya yaitu bawahan keatasan. Akan tetapi selain dengan adanya komunikasi internal didalam suatu organisasi diperlukan juga komunikasi eksternal yang bertujuan untuk menyampaikan suatu kebijakan, produk, jasa yang akan di komunikasikan kepada khalayak eksternal yang dituju.

Komunikasi dilakukan dimana saja dan kapanpun sehingga tanpa komunikasi kita tidak akan mendapatkan *feedback* sesuai dengan apa yang kita inginkan. Masyarakat melakukan komunikasi didalam situasi apapun bahkan ketika masyarakat didalam keadaan yang sulit untuk melakukan komunikasi maka disituasi itu akan terjadi kesalah pahaman. Masyarakat melakukan komunikasi bahkan didalam keadaan yang rumit sama seperti halnya di Jakarta sehingga komunikasi disaat tersebut bisa menjadi tidak efektif karena masyarakat dapat terganggu konsentrasi jika dalam keadaan macet.

Perusahaan yang mempunyai hubungan dengan pemerintah terus berinovasi untuk semakin baik dalam hal fasilitas masyarakat yang ada, karena itu Humas sebuah perusahaan seperti BUMN (Badan Usaha Milik Negara) melakukan program – program yang akan membuat masyarakat menjadi lebih baik. Humas mempunyai program – program baik untuk internal maupun eksternal suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja internal dan kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Transportasi harus bekerjasama dengan perusahaan lainnya baik perusahaan swasta maupun perusahaan prasarana jalan, jika kedua perusahaan tersebut bekerjasama demi membangun kenyamanan masyarakat maka akan tercipta sesuai keinginan kedua belah pihak oleh karena itu, Humas di perusahaan Transportasi sangat penting guna penyambung masukan dari masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi jalur darat tersebut, maka dari itu dibutuhkan sarana jalan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan bagi pengendara jalan khususnya mobil. masyarakat membutuhkan akses jalan idealnya harus memiliki karakteristik efektif dan efisien bagi pengguna jalan tol sebagaimana jalan bebas hambatan atau yang lebih dikenal dengan Jalan Tol.

Jalan Tol secara umum merupakan jalan yang diperuntukan bagi pengguna jalan tol dan merupakan suatu kesatuan sistem dalam jaringan jalan umum serta merupakan sebagai alternatif jalan umum yang telah ada,

pengguna jalan dikenakan kewajiban untuk membayar Tol. Pada perkembangannya, Jalan Tol pada umumnya merupakan salah satu alternatif dalam mengatasi kemacetan dan memberikan solusi yang cukup baik bagi kelancaran lalu lintas yang berimplikasi pada kelancaran bagi pengiriman barang dan jasa dari daerah satu ke daerah lainnya. Untuk mewujudkan arus bebas hambatan yang baik, jalan tol harus memiliki tingkat kualitas pelayanan minimal yang mencakup kondisi jalan tol, kecepatan tempuh rata-rata, aksesibilitas, dan keselamatan, adapun pada umumnya jalan tol di Indonesia tersusun atas tiga komponen yaitu ruas jalan tol dasar, area percabangan, dan pintu gerbang tol. Para pengguna jalan tol harus membayar sesuai golongan I sampai dengan golongan tarif tol didasarkan pada golongan atau jenis kendaraan dan jarak tempuh pengguna. Pembangunan Jalan Tol berfungsi sebagai jalan lingkar jalan yang diharapkan dapat mengurangi kepadatan, kemacetan jalan arteri di kota yang sekaligus memperlancar arus lalu lintas setiap jalan. Dengan adanya jalan tol maka pengguna jalan tol dapat menghemat waktu saat melakukan perjalanan dan dapat mengurangi arus kemacetan lalu lintas.

Pada pengelolaan Jalan Tol, pemerintah membentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagaimana PT Jasa Marga melalui pemberlakuan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang penyertaan Modal Negara Republik Indonesia dalam pendirian Perusahaan Perseroan (persero) seperti Jasa marga bergerak di bidang Pengelolaan, Pemeliharaan, dan Pengadaan Jaringan Jalan Tol, serta ketentuan – ketentuan pengusahaannya. Menurut pasal 11 dalam undang – undang, PT Jasa Marga memiliki tugas pengelolaan, Pemeliharaan, dan Pengadaan Jaringan Jalan Tol, termasuk pembinaan yang meliputi kegiatan – kegiatan perencanaan teknis, pemeliharaan termasuk pengawasan, dan pembangunan. PT Jasa Marga harus berusaha agar Jalan Tol dapat berfungsi sebagai jalan bebas hambatan yang memberikan manfaat lebih tinggi daripada jalan umum (bukan jalan tol). PT Jasa Marga dituntut untuk memberikan layanan yang baik disetiap jasanya termasuk diberbagai ruas jalan tol.

PT Jasa Marga yang terus berupaya melakukan inovasi terbaru yang merupakan sebuah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk mempermudah akses informasi di jalan tol maka diciptakannya *JMCARe mobile apps*. Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk melakukan Sosialisasi yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pengguna jalan tol atau pelanggan Jasa Marga, mengenai aplikasi *JMCARe* yaitu sebuah *mobile* aplikasi yang bisa di unduh oleh pengguna jalan melalui *handphone* android mereka di *Playstore* dan untuk iOS melalui *Appstore*.

PT Jasa Marga meluncurkan Aplikasi *JMCARe* menjelang libur panjang natal 2016 dan tahun baru 2017. Di dalam aplikasi tersebut terdapat 2 fitur utama pada Aplikasi *JMCARe* yang bisa di pilih oleh pengguna jalan tol yaitu, Fitur Notifikasi dan Fitur Informasi. Manfaat pada aplikasi *JMCARe* ini dapat memudahkan pengguna jalan saat memasuki gerbang tol untuk memperoleh informasi situasi lalu lintas di ruas tol secara realtime dengan cara memanfaatkan GPS pada ponsel android mereka akan mendapatkan *Push Notifications*. Kemudian pengguna jalan tol juga bisa mendapatkan informasi seputar jalan tol sesuai dengan kebutuhan melalui fitur informasi. Pada fitur ini terhubung dengan Jasa Marga *Traffic Information Center* (JMTIC) di nomor 14080 selama 24 jam, serta dilengkapi fasilitas *Streaming* CCTV jalan tol Jasa Marga sesuai dengan lokasi pengguna jalan. Fitur ini juga terhubung dengan media sosial *Twitter*, antara pelanggan dan Jasa Marga.

Aplikasi pesaing lainnya yang di buat oleh perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) seperti “Garuda Indonesia *Online Fair*” *The Brand GA New mobile Apps* dilengkapi dengan beragam fitur layanan yang memudahkan pengguna jasa merencanakan penerbangan secara *mobile & realtime*. Aplikasi ini diluncurkan untuk meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasa dan memberikan kemudahan serta kenyamanan yang diberikan untuk mengakses layanan informasi penerbangan Garuda Indonesia, pada Tanggal 29 April 2015.

Keunggulan *mobile apps* ini memberikan berbagai kemudahan layanan “*pre flight*” bagi para penumpang yang akan melakukan

penerbangan dengan Garuda Indonesia. *Mobile Apps* Garuda Indonesia tersebut juga memiliki tampilan yang sangat menarik *interface* yang lebih fresh dan *user friendly*. Fitur unggulan dari aplikasi ini memberikan banyak kemudahan kepada pengguna jasa untuk melakukan reservasi tiket (domestic dan internasional), *mobile check-in* yang dapat dilakukan mulai dari 24 jam sebelum jadwal keberangkatan pesawat terbang hingga 4 jam sebelum boarding, pembayaran tiket melalui ATM, kartu kredit, hingga transaksional berbasis *mobile banking* seperti melalui (mandiri Klikpay, BRI *e-Pay*,Klikbca). *Mobile application* adalah “*My Flight Companion*” yang berisikan berbagai informasi jadwal penerbangan, *baggage claim*, hingga ragam pilihan destinasi. Aplikasi ini terintegrasi dengan *platform Garudamiles*, sehingga para pengguna jasa dapat melakukan aktivasi dan login dengan menggunakan akun garudamiles. Pada Aplikasi garuda ini juga terdapat fitur “*latest offer*” yang merupakan fitur yang berisikan informasi mengenai program promo tiket Garuda Indonesia. Sumber : <https://www.Garuda-Indonesia.com>

Kemudian Perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) lainnya seperti PT KAI (persero) Tbk. Meluncurkan aplikasi Tiket di smartphone. PT KAI kembali melakukan inovasi dalam hal sosialisasi jadwal perjalanan kereta api (KA). Aplikasi ini juga untuk mempersempit ruang gerak calo. Aplikasi ini diluncurkan pada tanggal 27 Agustus 2013 oleh Humas Daop V purwokerto, aplikasi ini memudahkan untuk mendapatkan tiket kereta api, melalui aplikasi ini tiket dapat dipesan dimana saja dan kapan saja. Kode pembayaran akan didapatkan setelah calon penumpang mengisi data diri sesuai identitas, dan selanjutnya dapat melakukan pembayaran melalui ATM dengan batas waktu maksimal 3 jam setelah pemesanan. Setelah transaksi pembayaran calon penumpang akan mendapatkan notifikasi melalui *email*. *Email* notifikasi harus dicetak untuk ditukar dengan tiket asli di loket stasiun *online* terdekat. Keuntungan menggunakan aplikasi ini adalah tampilan *interface* pengguna yang *simple* dan mudah dipahami, terintegrasi dengan Kalendar pada BB masing – masing pengguna yang dilengkapi dengan pengingat (*reminder*)

batas waktu pembayaran dan waktu keberangkatan. Sumber :
Jogja.tribunnews.com

Sosialisasi dilakukan untuk pengguna jalan tol khususnya pelanggan Jasa Marga, karena selama ini sering terjadi kesalahan pengertian sehingga menghasilkan respon yang berlawanan dengan tujuan atau maksud yang diharapkan (*Miss Communications*) antara perusahaan dengan pengguna jalan tol. Kemudian jasa marga tidak mempunyai media informasi yang langsung menyentuh ke pengguna jalan yaitu pelanggan milik Jasa Marga. Salah satu kendala yang dialami oleh pihak perusahaan untuk menyampaikan informasi ialah media itu sendiri, jadi keterkaitan informasi hanya melalui aplikasi *Twitter*, di Media Massa, dan tidak *realtime*.

JMCARe mobile apps merupakan sebuah program yang telah di Sosialisasikan oleh Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk ,akan tetapi masih banyak pengguna jalan tol yang belum mengetahui tentang aplikasi tersebut, manfaat serta kegunaannya. Pengguna jalan tol juga belum mengetahui mengenai aplikasi *JMCARe* yang bisa mempermudah akses informasi di jalan tol dan masyarakat juga masih belum mengetahui dimana aplikasi *JMCARE* bisa di dapatkan. Aplikasi *JMCARE* ini memiliki kelebihan dari segi fitur yang lebih spesifik menggambarkan kondisi jalan tol yang dikelola oleh PT jasa marga.

Kini Pada aplikasi *JMCARE* sudah ditambahkan fitur pelengkap lainnya oleh Humas Jasa Marga seperti *Fitur Smart Assistance* (asisten Perjalanan), *fitur* istirahat atau *rest area*, Fitur CCTV, Fitur Perjalanan anda, lalu ada *fitur* gerbang Tol, *fitur twitter* yang langsung terhubung langsung ke *Twitter* jasa marga, kemudian ada fitur CCTV yang *live* secara *realtime*, dan ada 2 fitur lainnya yang akan segera menyusul seperti Fitur Mobil Derek dan fitur tombol panik yang tentunya fitur tersebut tidak terdapat pada *Google maps* dan *Waze*.

Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk sudah melakukan Sosialisasi melalui berbagai media yang sudah di kelola oleh perusahaan namun media nya sangat minim sehingga informasi yang disampaikan belum

sampai ke pengguna jalan tol, karena sosialisasi yang dilakukan tidak menggunakan media pendukung lainnya seperti media elektronik (radio dan televisi), media informasi seperti poster atau baliho, spanduk dan lain sebagainya yang berisikan informasi manfaat dari aplikasi *JMCARe* serta mengajak pengguna jalan tol untuk *mendownload* aplikasi *JMCARe*.

Aplikasi pesaing misalnya *Waze* aplikasi GPS dan navigasi / peta yang bisa membantu pengguna mencari lokasi tempat atau rute jalan hingga melaporkan kondisi jalan lalu lintas disekitar pengguna secara *realtime*. *Waze* mempunyai Fitur *Smart traffic*, fitur police, fitur *accident*, fitur *hazard*, fitur *gas prices*, map chat, fitur map *issue*, fitur *place*, Fitur *smart calendar*, Fitur *smart* baterai, Fitur *share route*, Fitur *realtime traffic*, dan lain sebagainya. Sumber : www.pricebook.co.id

Kemudian aplikasi pesaing lainnya seperti *Google maps* yaitu aplikasi peta yang memiliki fitur seperti mengubah nama tempat dan menandainya dengan *sticker*, fitur melihat tariff taksi, fitur menambah foto ke ulasan, navigasi audio ditingkatkan, penambahan *timeline*, *google maps driving mode*, *mode offline*. Sumber : tekno.liputan6.com

Bedanya aplikasi *JMCARe* dengan aplikasi lainnya pada aplikasi *waze* misalnya ada kemacetan di sepanjang jalan itu diberi tanda warna merah, kalau pada aplikasi *JMCARe* tidak informasinya tidak melalui gambar peta dengan versi tahap 1 tetapi dengan bentuk kata-kata jadi harus spesifik. Misalnya kemacetan di kilometer berapa, di jalan tol apa, kemudian ada kecelakaan di kilometer berapa, atau di jalan tol apa jadi pengguna jalan tol tidak dikasih gambaran secara umum tetapi secara detail kalau kemacetan di titik ini, jadi aplikasi ini bisa mengukur berapa kilometer dia bisa melewati tol mana begitu.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka peneliti memberi judul untuk penelitian ini yaitu “Sosialisasi Aplikasi *JMCARe* Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk dalam Mempermudah Akses Informasi di Jalan Tol “.

I.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Aplikasi *JMCARE* ?
2. Bagaimana Sosialisasi Aplikasi *JMCare* Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk dalam mempermudah Akses Informasi di Jalan Tol ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan Penelitian sebagai berikut Untuk Mengetahui Proses Sosialisasi Aplikasi *JMCARe* Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk dalam mempermudah Akses Informasi di Jalan Tol.

I.4 Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini Penulis akan menjelaskan manfaat dari penelitian yang dilakukan dan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat menjadi referensi yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, Teori *Public Relations* atau Humas, Sosialisasi serta tahapan Proses Sosialisasi mulai dari Tahap Kognitif, Tahap Afektif, dan Tahap Konatif.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini penulis dapat menggambarkan Sosialisasi Aplikasi *JMCare* oleh Humas yang diharapkan dapat menjadi evaluasi serta memotivasi untuk PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam meningkatkan kualitas komunikasi eksternal perusahaan agar dapat berkomunikasi dengan khalayak secara efektif.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian-uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian, serta beberapa definisi konsep, dll.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, penentuan *key informan* dan *informan*, analisa data dan lain-lain.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi mengenai sejarah dari perusahaan, hasil penelitian dan analisis data, serta pembahasan mengenai hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan yang telah ditetapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan terkait temuan – temuan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran tentang apa yang apa yang perlu diteliti atau diperbaiki lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi buku yang dipakai dalam memperoleh dan mengumpulkan data penelitian.

LAMPIRAN

